பொருளியல் ஆய்வு
இராச. கோபாலன் (தே)

த.பா.நி. (க.வெ.) வரிசை எண்—739

பொருளியல் ஆய்வு

(பட்டப்படிப்பிற்குரியது)

ஆசிரியர்

தே. இராசகோபாலன், எம்.காம்.,
பேராசிரியர், வணிகவியல் துறைத் தலைவர்,
மன்னர் சரபோஜி அரசு கல்லூரி,
தஞ்சாவூர்.

தமிழ்நாட்டுப் பாடநூல் நிறுவனம்

First Edition — February, 1977

T.N.T.B.S. (C.P.) No. 739

ECONOMIC ANALYSIS

D. RAJAGOPALAN

Price Rs. 10-30

Published by the Tamilnadu Textbook Society under the Centrally Sponsored Scheme of Production of books and literature in regional languages at the University level, of the Government of India in the Ministry of Education and Social Welfare (Department of Culture), New Delhi.

Printed out of the Paper allotted by the Government of India.

பதிப்புரை

பொருளியல் ஆய்வு என்ற இந் நூல், தமிழ்நாட்டுப் பாடநூல் நிறுவனத்தின் 739ஆவது வெளியீடாகும். கல்லூரித் தமிழ்க் குழுவின் சார்பில் வெளியான 35 நூல்களையும் சேர்த்து இதுவரை 774 நூல்கள் வெளிவந்துள்ளன. இந் நூல் மைய அரசு, கல்வி, சமூக நல அமைச்சகத்தின் 'மாநில மொழியில் பல்கலைக்கழக நூல்கள் வெளியிடும் திட்டத்'தின்கீழ் வெளியிடப்படுகிறது.

மேலாண்மை இயக்குநர்
தமிழ்நாட்டுப் பாடநூல் நிறுவனம்

பொருளடக்கம்

1. பொருளியல்

பொருளியல் இலக்கணம்

'பொருளியல்' என்பதன் பொருள் என்ன ? இவ் வினுவிற்கு விடையளிக்கும் முயற்சியில் பல பொருளியல் வல்லுநர்கள் தங்கள் நேரத்தையும், சக்தியையும் மிகுதியாகச் செலவிட்டு வந்துள்ளனர். ஆனுல், முழுமையான பொருளை வெளிக் கொணரும் தனியொரு இலக்கணமேயில்லையெனக் கூறலாம். இக் குறைக்கு இன்றியமையாத காரணம் இவ்வியலின் எல்லை யற்ற பரப்பேயாகும். பண்டைக் காலம் தொட்டே பொரு ளாதாரத்தைப் பற்றி மனிதன் அறிந்திருந்த பொழுதிலும், பிளாட்டோ, அரிஸ்டாட்டில் போன்ருேரும் பொருளியல் கருத்துகளைத் தத்தம் நூல்களின் வாயிலாகப் பரப்பியிருந்த போதிலும் இருநூறு ஆண்டுகளாகத்தான் பொருளியல் ஓர் இயலுக்கான தனித்தன்மையை அடைந்து வருகிறது. ஏனைய இயல்களோடு போட்டியிடும் தகுதியை இவ்வியல் நாளடைவில் பெற்றுக்கொண்டிருக்கிறது.

பொருளியல் என்ற தமிழ்ச்சொல் கிரேக்கச் சொல்லான ஆய்கோனுேமியா (Oikonomia) என்ற சொல்லிலிருந்து தோன்றியது. ஆய்கோனுேமியா என்ற சொல்லிலிருந்து ஆங்கிலச் சொல்லான 'இகனுமிக்ஸ்' (Economics) என்ற சொல் தோன்றியது. இச் சொல்லின் பொருளையே நாம் தமிழில் 'பொருளியல்' என்று கூறுகிறேம். கிரேக்க மொழியில் ஆய்கோனுேமியா (Oikonomia) என்ற சொல் 'வீட்டு நிருவாகம்' என்ற பொருளில் பயன்படுத்தப்பட்டு வந்தது. கிடைக்கும் நிதியைக் கொண்டு சிறந்த சிக்கனமான முறையில் எவ்வாறு ஒரு குடும்பத்தை நிருவகிப்பது என்பதைப் பற்றிக் கவனம் செலுத்துவதே 'ஆய்கோனுேமியா' என்று குறிப்பிட்டனர். ஆனுல், கிரேக்கப் பேரறிஞர் அரிஸ்டாட்டில் இச் சொல்லை மாற்றி 'அரசியல் பொருளாதாரம்' (Political economy) என்று அழைத் தார். இவ்வியல் குடும்ப நிருவாகம் பற்றியது மட்டுமன்று; நாட்டுப் பொருளாதாரத்தையும் அடக்கும் என்று பரவலான பொருள் கொடுத்தார்.

இனி இவ்வியலுக்கு அளிக்கப்படும் இலக்கணங்களைப் பற்றி ஆய்வோம். பொருளியல் என்றால் என்ன என்ற வினாவிற்குப் பலர் பலவிதமான விடைகளை அளித்துள்ளனர். ஏறக்குறைய இச்செயல் நான்கு குருடர்கள் ஒரு யானையைப் பற்றி விளக்கியது போலுள்ளது. தங்கள் கண்ணோட்டத்தில் கவனம் வைத்து இவ்வியலை வெவ்வேறு வகைகளில் விளக்கியுள்ளனர். இதைக் கவனித்த J. N. கீன்ச் (Keynes) என்னும் வல்லுநர் 'பொருளியலைப் பற்றிக் கூறப்பட்ட இலக்கணங்களால் அது தன்னைத்தானே கொன்று கொள்ளுமளவிற்குச் சென்றுவிட்டது' என்று குறிப்பிட்டு அனைவராலும் ஏற்றுக்கொள்ளப்படுமளவிற்குச் சிறந்த ஓர் இலக்கணம் ஏற்படாமையைச் சுட்டிக்காட்டுகிறார். ('Political economy is said to have strangled itself with definitions')

இக் காரணத்தினாலேயே பொருளியலுக்கு இலக்கணம் வகுப்பது வீணான முயற்சி என்று இன்றைய பொருளியல் அறிஞர்கள் கூறுகின்றனர். மிர்தால் (Gunnar Myrdal) 'இத்தகைய இலக்கணங்கள் தேவையற்றவையும் விரும்பத்தகாதவையும்' ஆகும் என்று கூறியுள்ளார். ஆனால் அனைத்து இலக்கணங்களையும் ஆராய்ந்து மிகவும் சிறந்த இலக்கணத்தைத் தெரிந்து கொள்ளுதல் மிக இன்றியமையாத கடமை என்பதைப் பேராசிரியர் ராபின்ஸ், பென்காம் போன்றோர் உணர்த்தியுள்ளனர். இவ்விலக்கணங்கள் பொருளியலின் அனைத்துப் பகுதிகளையும் நுட்பமாக விளக்காவிடினும் இவ்வியலின் இயல்பையும் பரப்பையும் வெளிக்கொணர வகைசெய்கின்றன.

பொருளியலுக்கான இலக்கணங்களுக்குள் சிறந்தனவைகளாக (1) ஆடம் ஸ்மித், (2) ஆல்பிரட் மார்சல், (3) இலயனல் ராபின்ஸ் போன்றவர்களது இலக்கணங்கள் திகழ்கின்றன. இவைகளைத் தனித்தனியே ஆய்வோம்.

செல்வ இலக்கணம்

தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் அனைவரும் செல்வத்தையே முதன்மையாகக் கொண்டு இலக்கணத்தைப் படைத்தனர். இங்கிலாந்தில் பதினெட்டாம் நூற்றாண்டில் வாழ்ந்த பொருளியல் வல்லுநர்களில் தலைசிறந்தவரான ஆடம் ஸ்மித் (Adam Smith) 1776 ஆம் ஆண்டில் 'நாடுகளின் செல்வத்தின் இயல்பையும் காரணங்களையும் பற்றியதொரு விசாரணை' (An Enquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations) என்றதொரு நூலினை வெளியிட்டார். இந்நூலுக்கு 'நாடுகளின் செல்வம்' (Wealth of Nations) என்ற

சுருக்கமான பெயரிட்டார். பொருள் ஈட்டுதலே மனிதனின் இன்றியமையாத தொழில் என்ற கருத்தை மனத்தில் கொண்டு இவ்வியலுக்கு இலக்கணம் கொடுத்தார். நாடுகளுடைய செல்வம் எவையெவற்றைச் சார்ந்தது என்றும், எவ்வெவ்வாறு செல்வத்தைப் பெருக்கலாம் என்றும் இந் நூலில் குறிப்பிட்டுள்ளார். செல்வத்தைப் பெருக்குவதே பொருளாதாரம் என்று ஆடம் ஸ்மித் கருதி இவ்வியலின் இலக்கணத்திற்குச் செல்வத்தை அடிப்படையாக வைத்துத் தம் இலக்கணத்தை அமைத்தார்.

மனிதனின் இயற்கையான குறிக்கோள் தன்னால் இயன்றவரை செல்வத்தை ஈட்டுவதேயாகும். இவ்வாறு தன்னலத்தின் விளைவாக அவன் குவிக்கும் செல்வம், பிறகு நாட்டின் செல்வமாகிறது. ஆடம் ஸ்மித்தின் இக் கருத்தைப் பண்டைப் பொருளியல் வல்லுநர்களான சே.எஸ். மில் (J. S. Mill), சீனியர் (N. W. Senior), டேவிட் ரிக்கார்டோ (David Ricardo) போன்றோரும் வலியுறுத்துகின்றனர். மேற்கூறிய அனைவரும் செல்வத்தைப் பெருக்குவதும், பயன்படுத்துவதும் பற்றிய கருத்துகளைக் கூறும் இயல் என்ற இவ்வியலுக்கு இலக்கணம் வகுத்துள்ளனர். குறிப்பாகச் சீனியர் 'அரசியல் பொருளாதாரத்தின் மையப்பொருள் இன்பமன்று; செல்வமே' என்று குறிப்பிட்டுள்ளார். அது போன்றே மில் (J. S. Mill) என்னும் வல்லுநர் 'செல்வத்தை உற்பத்தி செய்வதும், அதனைப் பகிர்வதும் பற்றிய செயல்முறை இயலே பொருளியல்' என்று செல்வத்தையே ஆதாரமாக வைத்து இவ்வியலுக்கு இலக்கணத்தை அமைத்துள்ளார். செல்வத்திற்கு முதலிடம் அளித்தமையால் இவ்விலக்கணத்தைச் 'செல்வ இலக்கணம் (Wealth Definition) என்ற சொற்களால் அழைக்கலாம்' என்று அவர்கள் கருதினர்.

இவ்வாறு பண்டைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் செல்வத்திற்கு முதலிடம் அளிக்கும் இலக்கணங்களைக் கொடுத்ததற்குச் சரித்திர வாயிலான காரணம் உள்ளது. அவர்கள் வாழ்ந்த காலம் தொழிற்புரட்சி மேலோங்கியதாகவிருந்தது. தொழிற்புரட்சியின் விளைவாகப் பொருள்கள் பெருகின. எனவே, நாட்டின் செல்வத்தைப் பற்றி ஆராய்வது இன்றியமையாத தேவையாயிற்று. இதனால் பொருளியல் செல்வத்தின் இயல்பையும் அதனைப் பெருக்குவதற்கான வழிவகை பற்றியும் ஆராய்வதாக ஆடம் ஸ்மித் போன்றோர் கருதினர்கள். எனவே, நாட்டின் செல்வத்தைப் பெருக்குவதைப் பற்றி இவ்வியல் ஆராய வேண்டு

மென்ற எண்ணம் மேலோங்கியிருந்ததால் பண்டைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் 'செல்வ இலக்கணம்' படைத்தனர்.

ஆனால், இவ்விலக்கணம் டிக்கன்ஸ் (Dickens), கார்லைல் (Carlyle), இரஸ்கின் (Ruskin) போன்ற வல்லுநர்களிடம் கடும் தாக்குதல்களுக்கு உள்ளாகியது. ஆடம் ஸ்மித்தின் இலக்கணத்தைக் கடுமையாக எதிர்த்தனர். இவ்வாறான எதிர்ப்பிற்குக் காரணம் ஆடம் ஸ்மித் எல்லையற்ற முதன்மையைச் செல்வத்திற்கு அளித்ததாலேயேதான். மனிதன் செல்வத்தை ஈட்டுவதிலேயே கவனம் செலுத்துகிறான் என்று கூறிய ஆடம் ஸ்மித்தும் மனிதனையே மறந்து தம் இலக்கணத்தில் செல்வத்தை மட்டும் போற்றியுள்ளார். மனிதனை மதிக்காமல் செல்வத்தை மட்டும் துதி பாடியதால் இவ்விலக்கணத்தைப் 'பணத் தெய்வத்தைப் போற்றும் இயல்' (Gospel of Mammon); 'தரங்கெட்ட பிறப்புடைய இயல்' (Bastard Science); 'இருட்கலை' (Dismal Science) என்று தூற்றலாயினர்.

செல்வம் மட்டுமே வாழ்வின் மேம்பாட்டிற்குப் போதுமானதன்று. மனித நலம் வளர்ச்சி பெற வழிவகை செய்வதற்காகத்தான் செல்வம். எனவே, செல்வத்தைக்காட்டிலும் மனித நலனுக்கு உயர்ந்த இடத்தை அளிக்கவேண்டும் என்ற அடிப்படையில் ஆடம் ஸ்மித்தின் இலக்கணம் எதிர்க்கப்படுகிறது.

மேலும், ஆடம் ஸ்மித் போன்ற தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் தனிமனிதனுக்கு மிகுந்த இன்றியமையாத இடத்தை அளித்துள்ளனர். ஆனால், தனிமனிதனைவிடச் சமுதாயத்தின் பல கூறுகளால் ஏற்படும் விளைவுகளை இவ்வியலுக்கு அடிப்படையாகக் கொள்ளவேண்டும்.

மேலும், தொகுத்தறி முறையைப் (Inductive method) பயன்படுத்தவேண்டுமே தவிர தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் பயன்படுத்திய பகுத்தறி முறையைப் (Deductive method) பயன்படுத்துவது அவ்வளவு நல்லதன்று.

இவ்விலக்கணம் பொருளியலின் அனைத்துக் கூறுகளையும் வெளிக்கொணரவில்லை. எனவே, இதை ஒரு முழுமையான இலக்கணமாகக் கொள்ள இயலாது. பொருளியலில் இன்றியமையாத கூறுகள் நுகர்வு, பகிர்வு, உற்பத்தி என்பனவாகும். இவ்விலக்கணம் உற்பத்திக்கு மட்டுமே முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது. ஆனால், நுகர்வும், பகிர்வும் இல்லையெனில் உற்பத்திக்குப் பொருளேயில்லை. எனவே, இருபெரும் பிரிவுகளான நுகர்வு,

பகிர்வு இவைகளை விடுத்து உற்பத்திக்கு மட்டும் முக்கியத்துவம் அளிக்கும் இவ்விலக்கணம் குறையுடையதேயாகும்.

சுருங்கக் கூறின் பொருளியல் செல்வத்தைப் பற்றிய இயல் என்று கூறுவது தவறாகும். செல்வத்தைப் பற்றி ஆய்வதைவிட மனிதனைப் பற்றியும் அவனுடைய செயல்களைப் பற்றியும் ஆராயும் இயல் என்று இவ்வியலைக் கூறலாம். எனவே, ஆடம் ஸ்மித் கூறுவது போல் இது 'செல்வ இயல்' அன்று; மனித நடவடிக்கைகளை ஆராயும் இயல் என்றே கூறலாம். ஓர் இயலுக்கு இலக்கணம் கூறும் பணியில் முதல் முயற்சி என்பதால் இவ்விலக்கணத்தில் உள்ள குறையை ஒதுக்கிவிட்டு நல்ல கருத்துகளை மட்டும் ஏற்றுக்கொண்டு மேலும் சிறந்த இலக்கணத்தைக் காணவேண்டும் என்ற நிலை ஏற்படுகிறது.

பொருள்சார் நல இலக்கணம்
(Material Welfare Definition)

தொன்மைப் பொருளாதார வல்லுநர்களின் கண்களில் பட்ட மனிதன் தன்னலம் நிறைந்த, சிறிய மனம் படைத்ததோடு செல்வம் கொழிப்பதில் பேராசை பெற்றவனாக இருந்தான். மனிதன் பண்பாடற்றவன் என்ற நிலையில் இவ்வியலுக்கு இலக்கணம் கொடுத்தனர். தொன்மைப் பொருளாதார வல்லுநர்களால் இவ்வியலுக்கு ஏற்பட்ட களங்கத்தைப் போக்கிய பெருமை ஆல்பிரட் மார்சலைச் சாரும். இவர் 1842ஆம் ஆண்டிலிருந்து 1924 ஆம் ஆண்டு வரை வாழ்ந்து இவ்வியலுக்குத் தொண்டு செய்தார். மனிதனின் நோக்கம் செல்வம் அன்று, அது ஒரு வழிவகையே (Means) என்றும் அவனுடைய இறுதித் தேவை 'மனித நலன்' என்றும் நாம் அறிந்ததே. இக் கருத்தின் அடிப்படையில் மார்சல் தம்முடைய விளக்கத்தை அளித்து அதற்குச் 'சமுதாய இயல்' என்ற பெயரைப்பெற வழி வகுத்தார்.

1890ஆம் ஆண்டில் 'பொருளியல் கோட்பாடுகள்' (Principles of Economics) என்ற நூலை இவர் வெளியிட்டார். தொன்மைப் பொருளாதார வல்லுநர்களின் விளக்கத்தைச் செம்மையாகப் பயின்று, ஆய்ந்து ஒரு சிறந்த இலக்கணத்தைக் கொடுக்க முயன்றார். செல்வத்தை வலியுறுத்துவதை மாற்றி மனித நலத்தை வலியுறுத்துவதற்குத் தம் விளக்கத்தைப் பணிந்துரைத்தார். ஆனால், இவர் செல்வத்தையும் புறக்கணிக்கவில்லை. அதே நிலையில் மனித நலனுக்கும் முதன்மையான இடமளித்தார்.

தம்முடைய நூலில் இவ்வியலுக்குக் கீழ்க்கண்டவாறு இலக்கணம் கொடுத்துள்ளார். 'அன்றாட பொதுவாழ்க்கையிலுள்ள மனித இனத்தைப்பற்றிப் பொருளாதார இயல் ஆய்கிறது. நல்வாழ்விற்குத் தேவையான பொருள்களைப் பெறுவது, பயன்படுத்துவது ஆகியவைகளோடு நெருக்கமான தொடர்பு கொண்ட தனிமனிதன், சமுதாயம் இவைகளுடைய நடவடிக்கைபற்றி ஆராய்கிறது. எனவே, இது ஒரு புறம் செல்வம் பற்றிய கல்வியும், மறுபுறம் முக்கியப் பக்கத்தில் மனிதனைப் பற்றிய ஆய்வின் ஒரு பகுதி' என்றும் விளக்குகிறார்.

(Alfred Marshall, 'Political Economy or Economics is a study of mankind in the ordinary business of life; it enquires that part of individual and social action, which is most closely connected with the attainment and with the use of the material requisites of well-being; thus it is on the one side a study of wealth; but on the other hand most important side a part of the study of man).

இவ்விலக்கணத்திலிருந்து நாம் கீழ்க்காணும் கருத்துகளை அறியலாம். (1) இது மனிதனைப் பற்றிய படிப்பாகும். (2) இது மனிதனின் பொருளாதாரக் கொள்கைகளை ஆராய்கிறது. தன் வாழ்க்கையில் மனிதனுக்குப் பலவேறு நடவடிக்கைகள் இருக்கின்றன. அவை சமுதாய, சமய, அரசியல் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் ஆகும். சமுதாய, அரசியல், சமய நடவடிக்கைகளைப்பற்றிப் பொருளாதார இயல் கருதுவதில்லை. மனிதனின் பொருளாதார நடவடிக்கைகளை மட்டும் கருத்தில் கொள்வது பொருளாதார இயலாகும். மனிதப் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் எதைப் பற்றியது என்று நோக்கும்போது அவன் தன் வருமானத்தை எப்படி ஈட்டுகிறான், எப்படிச் செலவிடுகிறான் என்பதைப் பற்றிய படிப்பு என்று நாம் உணரலாம். (3) மனித நலனைப் பற்றிய இயலாகும். மனிதனின் முழுமையான நலனன்று; பொருளாதார நடவடிக்கையை மட்டுமே ஆய்கிறது.

மார்சலின் கருத்தின் அடிப்படையிலேயே எட்வின் கேனன் (Edwin Cannan), பேராசிரியர் ஏ.சி. பிகு (Prof. A. C. Pigon) போன்றோரும் இவ்வியலுக்கு இலக்கணம் கொடுக்கின்றனர். 'அரசியல் பொருளாதாரத்தின் நோக்கம் மனிதர்களுடைய பொருள்சார் நலம் சாரும் பொதுக்காரணிகளை விளக்குவதே' என்று எட்வின் கேனன் விளக்குகிறார். அது போன்றே ஏ. சி. பிகு, 'நேரிடையாகவோ, மறைமுகமாகவோ பணம்

என்ற அளவுகோலோடு தொடர்புடைய சமுதாய நலனின் ஒரு பகுதியைப் பற்றி ஆய்வது' பொருளாதார இயல் என்று கூறுகிருர். (Prof. A. C. Pigon 'The range of our enquiry becomes restricted to that part of our social welfare that can be brought directly or indirectly into relation with the measuring rod of money')

விளக்கம்

தொன்மைப் பொருளாதார வல்லுநர்கள் செல்வத்தை வணங்கும் மனித நடவடிக்கைகளைப் பற்றி ஆய்வது இவ்வியலின் நோக்கம் என்று உரைத்தனர். ஆனால், மனிதனின் நோக்கம் செல்வம் அன்று; அவனது நலனே என்ற கருத்தின் அடிப்படையில் மனித நலனுக்கு முதலிடம் அளித்து, செல்வத்திற்கு அடுத்த இடம் அளித்து, மார்சல் போன்ருேர் இவ்வியலுக்கு இலக்கணம் வகுத்தனர். செல்வத்தையே போதனை செய்வதன் மூலம் இவ்வியலைக் குறுகியதாக்கிவிட்டனர் முந்தையோர்.

மனிதன் அன்ருட வாழ்க்கையில் பலவித நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகிருன். அவைகளைச் சமய நடவடிக்கை, அரசியல் நடவடிக்கை, பொருளாதார நடவடிக்கை, சமுதாய நடவடிக்கை என்றும் பிரிக்கலாம். மனித வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாத தேவை பொருளாகும். இப் பொருளைத் தேடுவதற்கான வழிவகைகளைப் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் ஆராய்கின்றன. இத்தகைய பொருளாதார நடவடிக்கையைப் பொறுத்தவைகளைப்பற்றி இவ்வியல் ஆய்கிறது.

ஆடம் ஸ்மித்தின் விளக்கத்திலுள்ள குறைகளைக் களைந்து மார்சல் இவ்வியலுக்கு வரம்பினை அமைத்துள்ளார். இவ்வியலைப் பலவாறு இழித்துக் கூறிய நிலை தொன்மைப் பொருளாதார வல்லுநர்களால் ஏற்படுத்தப்பட்டதை அகற்ற மார்சல் போன்ருர் முயன்றுள்ளனர். மேலும், இவ்விளக்கம் கீழ்க்கண்ட சிறப்பியல்புகளைக் கொண்டுள்ளது.

1. மனிதனுக்கு முதலிடம்

மார்சல் கூற்றுப்படி மனிதனுக்கும் மனித நலனுக்கும் இவ்வியல் முதலிடம் அளிக்கிறது. மனித நலன் முடிவாகவும், செல்வம் அந்நலனை அடையும் பாதையாகவும் இவர் விளக்கியது சிறப்புடையதே. இக் காரணியினுல் தரக்குறைவாகப் பேசப்

பட்டு வந்த இவ்வியல் உயர்நிலைக்குக் கொண்டுவரப்பட்டது போற்றத் தக்கது.

2. முழுமை இயல்

உற்பத்தி மட்டும் பொருளாதார நடவடிக்கையாகாது. உற்பத்தியுடன்கூட நுகர்வு, பகிர்வு இவைகளும் பொருளாதார இயலில் ஆய்வு செய்யப்படுகின்றன. மார்சல் இவ்வாறு அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் தமது விளக்கத்தில் பொருத்துவதன் மூலம் இவ் விளக்கத்தை முழுமைபெறச் செய்துள்ளார்.

3. விரிவுபடுத்தப்பட்ட விளக்கம்

மார்சலின் இம் முயற்சியினால் இவ்வியலின் எல்லை விரிவுபடுத்தப்பட்டுள்ளது. இவ் விளக்கமே மனித நலத்தைப்பற்றிய விரிவான ஆய்வில் பொருளாதார இயல் ஈடுபட அடிப்படையாயிருந்தது. இவ் விளக்கத்தினால்தான் 'நலப் பொருளாதார இயல்' என்று புதுக்கருத்துத் தோன்றியது.

4. பெயர் மாற்றம்

'அரசியல் பொருளாதாரம்' என்ற சொல்லை மாற்றிப் பொருளாதாரம் என்று அழைக்க வழிகோலியது மார்சலின் இம் முயற்சி. இவ்வியல் செல்வத்தைச் சமூக நோக்கில் ஆய்வதால் இதற்குப் பொருளாதாரம் என்ற பெயர் பொருத்தமே என்று டாக்டர் டெரில் (Dr. Dearle) வலியுறுத்துகிறார்.

5. சமுதாயத்தின் அங்கமே தனிமனிதன்

சமுதாயத்தில் கலக்காத தனிமனிதனைப் பற்றி இவ்வியல் ஆய்வு செய்யவில்லை. மனிதனைச் சமுதாயத்தில் ஓர் அங்கமாகவே கருதி இவ் விளக்கம் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. உயிரற்ற சடப்பொருள்களைப் போலல்லாமல் சமுதாய உணர்வோடு இயல்பாக மனிதன் செயல்படுவதை இவ் விளக்கம் வலியுறுத்துகிறது.

திறனாய்வு

நலவிளக்கம் பொருளாதார வல்லுநர்களான மார்சல், பிகு போன்றோர் வாயிலிருந்து வெளி வந்த போதிலும் அதுவும் தாக்குதல்களிலிருந்து விடுவிக்கப்பட்டதில்லை. நீண்டகாலம் இவ் விளக்கம் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டு வந்தபொழுதிலும் பேராசிரியர் லயனல் இராபின்ஸ் இவ் விளக்கத்தை வன்மையாகக் கண்டித்தார். இவ் விளக்கம் முறையான அறிவியலுக்கு

நேர்மாறானது என்றும், நம்மை தவறான வழிகாட்டுவன என்றும் கூறுகிறார்.

தற்காலத்தில் 'நல விளக்கம்' கீழ்க்கண்ட முறைகளில் புறக் கணிக்கப்படுகிறது:

(1) முதன் முதலாக இவ் விளக்கம் 'பருப்பொருளை' (Material thing) மட்டும் கருத்தில் கொள்வதால் இவ் விலக்கணம் அருவப் பொருள்களை ஒதுக்குகிறது. ஆனால், நடைமுறையில் பருப் பொருள்களையும் அருவப் பொருள்களையும் தனித் தனியே பிரித்துக் கூற முடியாது. மேலும், சில அருவப் பொருள் களும் மிகுதியாகத் தேவைப்பட்டுக் கிடைப்பருமையாக உள்ளன. அவை அன்றாட வாழ்க்கைக்குத் தேவைப்பட்ட போதிலும் உருவப் பொருளாகாது. மேலும் ஆசிரியர், மருத்துவர், வழக்குரைஞர் போன்றோரின் பணிகள் சமுதாயத்தில் மிகவும் இன்றியமையாதனவாகவும் மனித நலனைப் பெருக்குவனவாகவும் உள்ளன. இருப்பினும் அவைகளை உருவப்பொருள் என்று கூற இயலாது. அவர்களுடைய சேவை மிகவும் தேவையுள்ளதாகவும் அதே நேரத்தில் கிடைப்பருமையாகவும் உள்ளது. இத்தகைய அருவப் பொருள்களின் ஆய்வை இவ் வியல் அடக்காததாக மார்சல் காட்டியது ஈடு செய்ய முடியாத குற்றமே.

(2) 'நல விளக்க'த்தின் அடிப்படையையே பாதிக்கும் ஒரு குறையை இராபின் சுட்டிக்காட்டியிருக்கிறார். பொருளாதார இயல் நலனைப்பற்றி ஆய்வு செய்கிறது என்று கூறுவது தவறாகும். மனித நலனைப்பற்றிக் கவலைப்பட வேண்டியது பொருளாதார வல்லுநர்கள் அல்லர். மேலும், நலன் என்ற சொல் இடத்திற்கு இடம், காலத்திற்குக் காலம், மனிதனுக்கு மனிதன் மாறக் கூடியது. ஒருவருக்கு நலன் என்பது பிறருக்குத் தீங்கு விளைவிக் கலாம். மனித நலனுக்குப் பாதகமான பல பொருளாதார நடவடிக்கைகள் பல அன்றாட வாழ்க்கையில் நாம் காண்கிறோம். இவைகளை மார்சல் விளக்கத்தின் வாயிலாகக் கண்டால் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் என்று கூற முடியாது. ஆனால் மது, சாராயம், சிகரட் தயாரிப்புத் தொழில்களும் பொருளாதார நடவடிக்கைகளே. அவை மனித நலனுக்கு ஊறுவிளைக்கக் கூடியன என்பது அனைவரும் அறிந்த ஒன்றாமே. இலயனல் இராபின்ஸ் விளக்கப்படி பொருளாதார வல்லுநர்கள் இவைகளைப்பற்றி அக்கறை கொண்டுள்ளனர். ஏனெனில், அவர்கள் ஈடுபடும் தொழில் உற்பத்தியும், பண்டங்களின் பகிர்வும் ஆகும். உற்பத்தி, பகிர்வு என்று கூறும்போது தீமை விளைவிக்கும் பொருளா, மனித நலனுக்கு ஏற்ற பொருளா என்று நாம் ஆராய்வதில்லை.

இங்குப் பேராசிரியர் கேனன் கூறியது குறிப்பிடத் தகுந்தது. 'போரின் அரசியல் பொருளாதாரம்' என்று கூறும்போது இச் சொற்களே ஒன்றுக்கொன்று முரண்பட்டதாகத் தெரியும். மார்சல் கண்ணோட்டத்தில் பார்த்தால் போர் மனித நலனுக்குப் பாதகமானது; பொருளாதாரம் குறிப்பாக மனித நலனில் ஈடு பாடுடையது; இத்தகைய நிலையில் போர் எவ்வாறு பொரு ளாதார இயலில் கருவாக அமையும். இத்தகைய முரண்பாடு முதல் தோற்றத்தில் தோன்றும். ஆனல், 'போரின் அரசியல் பொருளாதாரம்' தற்காலச் சேர்க்கையாகும். எவ்வாறு போரில் சிக்கனத்தைக் கையாளலாம் என்று ஆய்வு செய்யும் பொறுப்பும் பொருளாதார வல்லுநர்களைச் சார்ந்ததே. இறுதி யாக இராபின்ஸ் கூறுவது: 'பொருளாதார இயல் எவற்ரோடு வேண்டுமானுலும் தொடர்பு கொண்டிருக்கலாம்; ஆனுல் மனித நலனை மட்டும் தொடர்பு கொண்டுள்ளது அன்று' என்று கூறு கிருர். (Prof. Robbins— 'Whatever Economics is concerned with, it is not concerned with the causes of material welfare')

(3) மனித நலன் அளவினுலே அளக்க இயலாது என்ற அடிப்படையில் மேலும் ஒரு தாக்குதலைப் பெறுகிறது. பேராசிரியர் பிகு, மனித நலனைப் பணத்தின் அடிப்படையில் அளக்கலாம் என்று கூறுகிருர். இது தவறு. ஏனெனில் பணம் ஒரு திருப்தியான அளவா? ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு பணத் தின் மூலமாக ஏழையும் பணக்காரனும் ஒரே அளவு மகிழ்ச்சி யைப் பெறுகிருன் என்று கூறுவது அறிவுக்குப் பொருந்தாது. அப் பணத்தினுல் ஏழை அடையும் பயன்பாடு பணக்காரன் பெறுவதைவிட மிகுதியாகும். இப்படியிருக்கையில் பணம் எவ்வாறு அனைவருக்கும் சமமான பயன்பாட்டையோ நலனையோ அளிக்கும் என்று கூற இயலும்?

(4) மேலும் மார்சலின் நல் விளக்கம் பகுத்தாய்வின் (Analytical) அடிப்படையில் அமையாமல் பகுப்புகளின் (Classificatory) அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது நடைமுறைக்குப் பொருந் தாது. மனித நடவடிக்கைகள் சமுதாய, சமூக, அரசியல் பொருளாதார அடிப்படையில் நடைபெறுவதாகவும் அவை களில் பொருளாதார நடவடிக்கைகளை மட்டும் இவ்வியல் ஆய்வ தாகவும் மார்சல் குறிப்பிடுகிருர். ஆனுல், இராபின்ஸ் இதை ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை. பொருளாதார இயல் பொருளாதார நடவடிக்கைகளை மட்டும் ஆராய்கிறது என்ற கருத்தை இராபின்ஸ் ஏற்க மறுக்கிருர்; மனிதனின் அனைத்து நடவடிக்கை களையும் பொருளாதார இயல் ஆராய்கிறது என்பது

இராபின்ஸின் அசைக்க முடியாத் கருத்தாகும். ஏனெனில், அனைத்து நடவடிக்கைகளிலும் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் கலந்திருப்பதைக் காணலாம். சமய நடவடிக்கையான திருமணச் சடங்கிலும், சமுதாய நடவடிக்கையான விழாக் களிலும், அரசியல் நடவடிக்கையிலும் பொருளாதாரக் கூறுகள் இருப்பதை நாம் காண முடியும்.

(5) மனித 'நல விளக்கம்' அவனைச் சமுதாயத்தில் ஓர் அங்கமாகக் காண்கிறது. தனி மனிதனைப்பற்றி இவ்வியல் கருதாது என்று மார்சல் விளக்குகிறார். இக் கருத்து முறை யற்றது என்று இராபின்ஸ் கூறுகிறார். மலைப்பகுதிகளில் வாழும் துறவிகளைப் பற்றி இப் பாடம் ஆய்வதில்லை என்று மார்சல் கருதுகிறார். ஆனால், சில பொருளாதார விதிகள் தனி மனிதனுக்கும் பொருந்தும் என்று நாம் உணரவேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக விளைவு விதிகள், பயன்பாட்டுவிதி, பதிலீட்டு விதி இவைகள் எந்தவொரு தனி மனிதனையும் பாதிக்கும். எனவே, மனிதன் சமுதாயத்தோடு தொடர்பு கொண்டிருந் தாலும், விலகி நின்றிருந்தாலும் இவ் விதிகளும் இவ்வியலும் தொடர்பு கொண்டவை என்று இராபின்ஸ் வலியுறுத்துகிறார்.

மார்சலின் விளக்கம் பொருளாதாரத்தின் உண்மையான சிக்கல்களை ஆராயத் தவறிவிடுவதாக இராபின்ஸ் சுட்டிக்காட்டு கிறார். மேற்கண்ட குறைகளைச் சுட்டிக்காட்டி அக் குறைகளை அகற்றி புதியதொரு விளக்கத்தை அளிக்க இராபின்ஸ் முயன்றார். 1932ஆம் ஆண்டு பேராசிரியர் இலயனல் இராபின்ஸ் 'பொருளாதார அறிவியலின் இயல்பும் முக்கியத்துவமும் பற்றிய ஒரு கட்டுரை'யை (An Essay on the Nature and Significance of Economic Science) வெளியிட்டார். இதுவரை மார்சலின் விளக்கத்துடன் வரைவிலக்கணம் வகுப்பதன் வேலை முழுமை யாக முற்றுப்பெற்றதாகவும் கருதப்பட்டு வந்தது. ஆனால், இராபின்ஸ் விளக்கம் இப் பொருளை மறுபடியும் புதிய விவாதத் திற்குரிய பொருளாக மாற்றியது. இதனை மூன்று இன்றியமை யாத கூறுகளாகப் பிரித்து அதற்குக் 'கிடைப்பருமை இலக்கணம்' (Scarcity Definition), 'தெரிவியல் இலக்கணம்' (Science of Choice) என்று பெயரிட்டார்.

கிடைப்பருமை விளக்கம்

'பலபட்ட விருப்பங்களை மாற்று வழிகளில் பயன்படுத்தக் கூடிய பற்றுக்குறைச் சாதனங்களைக் கொண்டு நிறைவேற்றிக் கொள்ள முயலும் மனிதனுடைய நடத்தையை ஆராயும்

அறிவியலே பொருளாதாரம்' என்று பேராசிரியர் இராபின்ஸ் தம் வரைவிலக்கணத்தை அமைத்துள்ளார்.

(Prof. Robbins—'Economics is the science which studies human behaviour as a relationship between ends, and scarce means which have alternative uses')

இவ் வரைவிலக்கணத்தை ஆய்ந்து பார்த்தால் மூன்று முக்கிய கூறுகள் இருப்பதைக் காணலாம். அவை மனிதனின் வளர்ந்து செல்லும் தேவைகள், கிடைப்பருமைச் சாதனங்கள், சாதனங்களின் மாற்றுப் பயன்கள் என்று மூன்று கூறுகளாகப் பிரிக்கலாம். இவற்றைத் தனித்தனியாக ஆராயலாம்.

விருப்பங்கள் எண்ணிறந்தன

மனிதனின் தேவையைத்தான் நாம் இங்கு விருப்பம் என்று கூறுகிறோம். விருப்பங்கள் எண்ணிக்கையில் அளவற்றன என்பது நாம் அறிந்ததே. ஒரு விருப்பம் நிறைவேற்றப் பட்டதும் அடுத்து வேறு ஒரு விருப்பம் முளைப்பது நாம் உணரும் பட்டறிவேயாகும். இவ்வாறு பெருகிவரும் விருப்பங்களால் அனைவரும் அனைத்து விருப்பங்களையும் நிறைவேற்றி விட்டோம் என்ற நிலை எப்போதும் ஏற்படுவதில்லை. எல்லையற்ற விருப்பங்கள் இருப்பதனால் எது முக்கியம், எது முக்கியத்தில் குறைந்தது என்று நாம் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டியுள்ளது.

கிடைப்பருமை இலக்கணம்

விருப்பங்களின் எண்ணிக்கை எல்லையற்றதாக இருக்கலாம்; ஆனால், அவைகளை நிறைவேற்றும் சாதனங்கள் மிகக் குறைந்ததே. தேவைக்கு ஏற்ப பண்டங்கள் கிடைக்காததே பலவிதப் பொருளாதாரச் சிக்கல்களுக்கு ஆதாரமாக விளங்குகிறது. பேராசிரியர் ஃபிரீடுமன் கூறுவது போலச் சாதனங்கள் கிடைப் பருமை இல்லாவிடில் எந்தவிதமான பொருளாதாரச் சிக்கலும் எழ வாய்ப்பில்லை. (Prof. Milton Friedman 'If the means are not scarce, there is no problem at all.)

'கிடைப்பருமை' என்ற சொல்லை இவ்வியலில் ஒப்புமைச் சொல்லாகப் பயன்படுத்துகிறோம். ஒரு பொருளின் அளவு குறைவாகக் கிடைப்பதால் மட்டும் கிடைப்பருமை என்று சொல்வதில்லை. அப் பொருளின் தேவையைப் பொறுத்தே கிடைப் பருமையா இல்லையா என்று கூறுகிறோம். அழுகிய முட்டைகள் மிகக் குறைந்த அளவில் இருந்தாலும் அதற்குத் தேவையில்லை

யாதலால், அப் பொருளைக் கிடைப்பருமைப் பொருள் என்று கூறுவதில்லை என்று பேராசிரியர் இராபின்ஸ் எடுத்துக்காட்டுத் தருகிறார். அரிசியே கிடைக்காத இடத்தில் மிகக் குறைவாக அரிசி கிடைத்தால் அதைக் கிடைப்பருமைப் பொருள் என்று கூறுவதில்லை. அரிசி பயன்படுத்தப்படும் இடத்தில் அதன் தேவையைக் காட்டிலும் அளவு குறைவாகக் கிடைத்தால் மட்டுமே அதைக் கிடைப்பருமைப் பொருள் என்கிறோம். எனவே, கிடைப்பருமை என்பது அப் பொருளின் தேவையைப் பொறுத்து அமையும்.

சாதனங்களின் மாற்றுப் பயன்படுத்தும் வசதிகள்

இராபின்சின் விளக்கம் மற்றொரு கருத்தை உடையது. நமக்குக் கிடைக்கும் சாதனங்கள் பல வழிகளுக்குப் பயன்படக் கூடியவையாக இருக்கின்றன. சாதனங்கள் கிடைப்பருமையாக இருப்பதாலும், பல வழிகளில் பயன்படுத்தக் கூடியவையாய் இருப்பதாலும், சில பொருளாதாரச் சிக்கல்களுக்கு அடிப்படையாக விளங்குகின்றன. சாதனங்கள் ஒரேயொரு பயனுக்கு மட்டும் ஏற்றதாயிருப்பின் பொருளாதாரச் சிக்கலே தோன்றாது. அச் சாதனம் ஒரேயொரு பயனுக்கு மட்டும் ஈடுபடுத்தக் கூடியதாயிருப்பின், அப் பயன் நிறைவேறியதும் அப் பொருள் பொருளாதார முக்கியத்துவத்தை இழந்துவிடும். ஆனால், உண்மை வாழ்க்கையில் அப்பொருள் பல பயன்களுக்கு ஈடுபடுத்தக் கூடியதாக உள்ளது. அதன் மொத்தத் தேவை மிகுந்தும், அளிப்புக் குறைவாக இருப்பதாலும் அப் பொருள் பொருளாதார முக்கியத்துவம் பெறுகிறது. ஆனால், ஒரேயொரு நன்மையென்னவெனில் அப் பொருள் பயன்படுத்தக் கூடியதில் பயன்களில் ஒன்றுக்கொன்று முக்கியத்துவத்தில் வேறுபடக் கூடியன. ஆதலால் எந்தப் பயனுக்கு அப்பொருளைப் பயன்படுத்தலாம் என்று தேர்ந்தெடுக்க இயலுகிறது. எல்லாப் பயன்களும் முக்கியத்துவத்தில் ஒன்றாகவிருப்பின், எந்தப் பயனுக்கு அதை ஈடுபடுத்துவது என்று தேர்ந்தெடுப்பது இயலாததாகிவிடும்.

சுருக்கமாகக் கூறினால் இக் கூறுகள் அனைத்தும் நிறைவேறினால் பொருளாதாரச் சிக்கலே ஏற்படாது. எல்லையற்ற விருப்பங்களோ, சாதனங்களின் கிடைப்பருமையோ, சாதனங்களின் மாற்றுப் பயன்படுத்தும் வசதிகளோ தனித்தனியாகப் பொருளாதார சிக்கல்களைத் தோற்றுவிக்க இயலாது. ஒரே நேரத்தில் அனைத்து நிபந்தனைகளும் நிறைவேறினால் எல்லாப் பொருளாதாரச் சிக்கல்களும் தோன்றும். எனவே, உடனடியாக நிறைவேற்ற வேண்டியுள்ள விருப்பங்களைத் தெரிவு செய்து,

அவற்றின் முக்கியத்துவத்தின் அடிப்படையில் முறையாகப் பயன்படுத்துகிருன்.

இங்கு மனிதன் விருப்பங்களிடையே தெரிவு செய்வதால் இவ் விளக்கத்திற்குத் 'தெரிவியல்' (Science of Choice) என்று கூறுவது பொருத்தமே. மனிதனின் விருப்பங்களோ எல்லை யற்றனவாக உள்ளன. ஆனால், அவனுடைய காலமும் சாதனங் களும் கிடைப்பருமையாக உள்ளன. மேலும், அச் சாதனங்கள் பலவழிகளில் பயன்படுத்தக் கூடியவையாக இருப்பதால் எவ் விருப்பத்தை முதலில் நிறைவேற்றுவது என்று தெரிவு செய் கிருன். இத்தகைய தேர்வை எல்லாவிதப் பொருளாதார நட வடிக்கைகளுக்கும் அடிப்படையாக மனிதன் கையாளுகிருன்.

இராபின்ஸ் கூறும் தெரிவுக் கொள்கை தனி மனிதனுக்கு மட்டுமன்றி அரசுக்கும் பொருந்தும். எந்த அரசுக்கும் வருவாய் மிகுதியாக் கிடைப்பதில்லை ; கிடைப்பருமையாக உள்ளது. தனது வருவாயை முதலில் எத்துறைக்குப் பயன்படுத்துவது. கிடைப்பருமை வருவாயை முதலில் கல்வித் துறைக்கா, பாசனத் துறைக்கா, அல்லது மின்சாரத் துறைக்கா செலவிடுவது என்று தெரிவு செய்வது அரசின் பொறுப்பாகும். அது போன்றே கிடைக்கும் மின்சாரத்தை எந்தப் பயனுக்கு ஈடுபடுத்துவது. மின்சாரம் பல மாற்றுப் பயன்களுக்கு ஈடுபடுத்தக் கூடியதாக உள்ளது. வேளாண்மைக்கும், தொழிற்சாலைக்கும், வீட்டிற் கும், அலுவலகத்திற்கும் அதனைப் பயன்படுத்தலாம். நாட்டின் தேவையை உணர்ந்து கிடைப்பருமை மின்சாரத்தை இன்றி யமையாத துறைக்கு முதலிடம் கொடுத்துச் செலவிட வேண்டி யுள்ளது. எனவே, இராபின்ஸின் விளக்கம் நடைமுறைக்கு ஏற்றதாயுள்ளது.

இராபின்ஸின் விளக்கத்தைப் பாராட்டிப் பேராசிரியர் ஸ்டிக்ளர் (Prof. Stigler), டாக்டர் ஆன்சன் (Dr. Hanson), பேராசிரியர் கேசல் (Prof. Cassel) போன்ருேரும் இக்கருத்தையே வலியுறுத்துகின்றனர். அவர்கள் கூறுவதாவது: பேராசிரியர் ஸ்டிக்ளர், 'கிடைப்பருமைப் பொருள்களைப் போட்டியிடும் விருப் பங்களுக்குப் பகிர்ந்தளிக்கும் கோட்பாடுகளைப் பற்றியதொரு கல்வியே பொருளாதார இயல்' என்று கூறுகிருர். டாக்டர் ஆன்சன் இராபின்ஸின் கருத்தைப் பாராட்டி 'இவர் இலக்கணம் வீட்டில் மட்டுமன்றி, நாட்டில் ஏற்படும் பொருளாதார நட வடிக்கைகளையும் உள்ளடக்கிக் கொண்டுள்ளது' என்று வலி யுறுத்துகிருர். இக் கருத்தைச் சுருக்கமாகக் 'கிடைப்

பருமைப் பொருள்களைப் பற்றிய ஓர் அறிவியலே பொருளாதாரம்' என்று பேராசிரியர் கேசல் கூறுகிறார்.)

திறனாய்வு

ஆடம் ஸ்மித், மார்சல், இராபின்ஸ் ஆகியோரின் இலக்கணங்களை ஒப்புநோக்கின், இராபின்ஸின் விளக்கம் பலரால் ஏற்றுக்கொள்ளும்படி அமைந்துள்ளது. இவரது விளக்கம் அறிவியல் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது பாராட்டுதற்குரியது. ஆனால், முதல் இரு விளக்கங்கள் போன்றே இவ் விளக்கமும் குறை கூறுதலுக்கு ஆட்படுகிறது. தற்காலப் பொருளாதார வல்லுநர் பலரால் பின்பற்றப்பட்டு வந்த பொழுதிலும், வேறு சிலர் இவ் விளக்கத்தையும் கடுமையாக எதிர்க்கின்றனர். அவைகளைப் பின்கண்டவாறு தொகுத்துக் கூறலாம்:

(1) மார்சல் 'மனித நலத்தை' அடிப்படையாக வைத்து இலக்கணத்தை அமைத்தார். ஆனால், இதைக் குறை கூறிய இராபின்சும் தம்முடைய விளக்கத்தில் மனித நலனை அடிப்படையாகக் கொண்ட கருத்தைப் புலப்படுத்துகிறார். 'நலன்' என்ற கருத்து இவருடைய விளக்கத்திலும் தொக்கி நிற்கிறது. கிடைப்பருமைப் பொருள்களைக் கொண்டு மனிதன் தன் விருப்பத்தை நிறைவேற்றி மன நிம்மதி அடைகிறான். விருப்பம் நிறைவேற முயல்வதே மனிதன் நலனை அடைவது என்று நாம் அறிவோம். நலக்கூறு இவ் விளக்கத்தில் மறைமுகமாகப் புகுந்துள்ளது என்பது விளக்கத்தினை ஊடுருவிப் பார்க்கையில் தென்படும்.

(2) இராபின்ஸின் இலக்கணம் பொருளாதார இயலின் எல்லையைக் கட்டுப்படுத்துவதாகப் பொருளாதார வல்லுநர்களான பார்பரா உட்டன் (Barbara Wootten), பெவரிட்ச் (Beveridge), டர்பன் (Durban), பிரேசர் போன்றோர் இக்கருத்தைப் புறக்கணிக்கின்றனர். கிடைப்பருமை இலக்கணம் அறப்பண்புகளை ஒதுக்குவதாகக் கருதுகின்றனர். அறப்பண்புகளைத் தவிர்த்துவிட்ட பொருளாதார இயலை எண்ணிப்பார்க்க இயலவில்லை என்பது அவர்களுடைய கருத்தாகும்.

(3) நிலையை மட்டுமே இவ் விளக்கம் ஆய்கிறது. இருக்கும் நிலையை மட்டும் ஆராய்ந்து இவ்வியலைத் தூய்மையான அறிவியலாக உருவகப்படுத்தியுள்ளார் இராபின்ஸ். ஆனால், இருக்கும் நிலையை ஆய்வதோடு மட்டுமல்லாமல் நடைமுறைக்குப் பயன் படுத்தத் தகுந்தனவாக ஆக்கப்படல் வேண்டும் என்பது பல

பொருளாதார இயல் வல்லுநர்களின் கருத்தாகும். நடைமுறையைப் புறக்கணிக்கும் இக் கருத்தைப் பலர் ஏற்க மறுக்கின்றனர்.

(4) கிடைப்பருமைச் சாதனங்களே பொருளாதாரச் சிக்கல்களுக்கு ஆதாரமென இராபின்ஸ் குறிப்பிட்டுள்ளார். இது தவருன கருத்தென்று சில பொருளாதார இயல் வல்லுநர்கள் குறிப்பிடுகின்றனர். சாதனங்களின் கிடைப்பருமை மட்டுமே பொருளாதாரச் சிக்கல்களைத் தோற்றுவிப்பன அன்று; பொருள்களின் மிகுதியும் இச் சிக்கல்களுக்குக் காரணமெனச் சரித்திர வாயிலாக நாம் அறியலாம். எடுத்துக்காட்டாக, உலகின் பல முதலாளித்துவ நாடுகளில் முப்பதாம் ஆண்டுகளில் ஏற்பட்ட சிக்கல்களைக் குறிப்பிடலாம். பெருமந்தம் (Great Depression) மிக்க அக்காலத்தில் அதிக அளவு உற்பத்தியின் விளைவே பல பொருளாதாரச் சிக்கல்களுக்கு ஆதாரம் என நாம் சரித்திர ஏடுகளைப் புரட்டிப் பார்க்கையில் அறியலாம்.

(5) இராபின்ஸின் விளக்கமும் ஒரு முழுமையான விளக்கம் என்று கொள்ளச் சில பொருளாதார இயல் வல்லுநர்கள் தயங்குகின்றனர். இவ்வியல் மதிப்புக் கோட்பாட்டினையும், விலை நிருணயத்தையும், சாதனங்களைப் பயன்படுத்துவதைப் பற்றியும் மட்டும் ஆராயாமல், நாட்டு வருவாய் பற்றியும், வேலை வாய்ப்புப் பற்றியும் ஆராய்வதாகவும் இவற்றை இராபின்ஸின் இலக்கணம் தன் எல்லைக்குள் கொண்டு வரவில்லை என்பதையும் நாம் உணரலாம். கீன்சின் சிறப்பான வேலையான நாட்டு வருவாய், வேலைவாய்ப்பு முதலியவைகளும் இவ் வரம்புக்குள் கொண்டுவரப்படல் வேண்டும்.

புதுமை விளக்கம்

இதுகாறும் நாம் கண்ட மூன்று இலக்கணங்களிலும் குறைகள் இருப்பதைக் கண்டோம். ஒவ்வோர் இலக்கணமும் பொருளாதார இயலின் ஒரு சில கூறுகளை மட்டுமே கருத்தில் கொண்டு வரையப்பட்டன. எடுத்துக்காட்டாக, ஆடம் ஸ்மித் செல்வத்திற்கு முதலிடம் அளித்துத் தம் இலக்கணத்தை ஈந்தார். பின்னர் மார்சல் செல்வத்தை வணங்கும் இழி நிலையிலிருந்து இவ்வியலை மீட்டு மனித நலன்சார் இலக்கணத்தையமைத்தார். இவ் விலக்கணமும் இராபின்ஸின் குறைகூறலைப் பெற்றது. மார்சலின் இலக்கணம் முழுமையாக அமையாமலும், பகுத்தாயும் (analytical) குணம் பெருமல் வகைப்படுத்தும் (classificatory) விளக்கமாக அமைவதாக இராபின்ஸ் குறைகாண்கிருர். அறிவியலின் அடிப்படையில்

புதியதோர் இலக்கணத்தையமைத்த பெருமை இராபின்சைச் சாரும். ஆனால், முதன்மையான குறை வேலைவாய்ப்பு, வருவாய் நிலைகள் போன்ற பகுதிகளைப்பற்றி இராபின்ஸ் இலக்கணம் உள்ளடக்கவில்லை என்பதாகும். எனவே, இதுவும் ஒரு முழுமை பெற்ற இலக்கணம் என்பதற்கில்லை.

பொருளாதார இயல் வளர்ந்து வரும் இயலாகும். எந்த வொரு தனி இலக்கணத்தினாலும் இவ்வியலின் அனைத்துக் கூறு களையும் ஒரு வரம்பிற்குள் கொண்டு வரமுடியாது.

பொருளாதார வளர்ச்சியைத் தன் கண்ணோட்டத்தில் கொண்டு வராததே இராபின்ஸ் இலக்கணத்தின் குறைகளில் முதலிடம் வகிக்கிறது. இவ்வியல் மிகுதியான வளர்ச்சியை அடைந்து வருகிறது. வளர்ந்து வரும் இயலின் அனைத்துக் கூறு களையும் நிலையானதோர் இலக்கணத்திற்குள் கொண்டு வந்து விட இயலாது என்று பேராசிரியர் சாமுவல்சன் (Prof. Samuelson) வலியுறுத்துகிறார். பேராசிரியர் இராபின்ஸ் இலக்கணத்தின் இக்குறையைச் சாமுவல்சனின் இலக்கணம் நீக்குகிறது. காலப் போக்கில் சாதனங்களிலும், விருப்பங்களில் ஏற்படும் மாறுதல் களையும் சாமுவல்சனின் இலக்கணம் கருத்தில் கொள்கிறது. இவ்வாறு மாறும் சூழ்நிலைகளுக்கேற்ப இலக்கணத்தை அமைத் தால் இதற்கு 'வளர்ச்சி சார் இலக்கணம்' என்ற பெயர் ஏற்பட்டது.

சாமுவல்சனின் இலக்கணம் கீழ்க்கண்ட சிறப்பியல்புகளைப் பெற்றுள்ளது.

(1) இராபின்ஸ் இலக்கணமும் சாமுவல்சனின் இலக்கண மும் பலவிதங்களில் ஒத்திருக்கின்றன. இராபின்ஸ் இலக்கணம் போன்றே சாமுவல்சனும் விருப்பங்கள் எண்ணிறந்தவை என்றும், சாதனங்கள் கிடைப்பருமையுள்ளனவென்றும் மேலும் சாதனங்கள் மாற்றுப் பயன்கள் உடையனவென்றும் கூறுகிறார்.

(2) இராபின்ஸ்:போலல்லாமல், காலத்தைத் தன் இலக் கணத்தில் புகுத்தி சாமுவல் தன் இலணக்கணத்தை அசை வுள்ளதாக (dynamired) செய்துள்ளார். வளர்ச்சியின் சிக்கலைச் சரியாகத் தன் இலக்கணத்தில் உள்ளடக்கி உள்ளார். இராபின்ஸின் இலக்கணத்தின் அனைத்துக் கூறுகளும் இவருடைய இலக்கணத்தில் அடக்கி வளர்ச்சியின் பகுதியை யும் சேர்த்துச் சிறந்ததோர் இலக்கணத்தை அமைத்தார்.

(3) சாமுவல்சனின் இலக்கணம் வளரக் கூடியது மட்டுமன்றி அளவில் பெருத்தும் அமைகிறது. இக்கருத்துப் பண்டமாற்று முறையிலும் சாதனங்களின் கிடைப்பருமை, எண்ணிறந்த விருப்பங்கள் போன்ற சிக்கல்கள் எழும்.

(4) மாறும் சூழ்நிலைகளிலும் தேர்வின் சிக்கல்களைப் பற்றி இவ்விலக்கணம் ஆய்கிறது. தேர்வின் சிக்கல் நிகழ்காலத்திற்கு மட்டுமன்றி எதிர்காலத்திலும் ஏற்படும். காலத்திற்கு ஏற்ப, மாறிவரும் நாகரீகத்திற்கு ஏற்ப விருப்பங்கள் மாறும். மாறிவரும் விருப்பங்களுக்கு ஏற்ப சாதனங்களையும் பெருக்க வேண்டியுள்ளது. எனவே, பொருளாதார இயல் குணத்தில் மாறக் கூடியதாகவேயுள்ளது. எனவே மாறியும், பெருகியும் வரும் விருப்பங்களுக்கு ஏற்ப சாதனங்களையும், வருவாயையும், உற்பத்தியையும் வேலை வாய்ப்பையும் பெருக்குவதில் இவ்வியல் கவனம் செலுத்த வேண்டியுள்ளது.

இதுகாறும் பயின்ற இலக்கணங்களுள் சிறந்ததாகச் சாமுவல்சனின் 'வளரும் இலக்கணம்' (Growth definition) விளங்குகிறது. தேர்வுச் சிக்கலை மாறிவரும் சூழல்களில் ஆய்வதுடன், வருவாய், உற்பத்தி, வேலை வாய்ப்புப் போன்ற கருத்துகளில் பங்கேற்று இவ்வியலின் எல்லை வரம்பினை மிகுதிப்படுத்துகிறது. மேலும், இவ்விலக்கணம் முக்காலத்திற்கும் பொருந்துவதாக அமைந்துள்ளது. பொதுவாக முதலாளித்துவ, கலப்பு, சோஷலிச, கம்யூனிச அமைப்புகளுக்கும் பொருந்துவதாகவும் அனைவரும் ஏற்றுக்கொள்ளக் கூடியதாகவும் அமைகிறது.

அடிப்படைக் கருத்துகளும், சொற்களும்
(Fundamental concepts and terms)

நடமுறை பேச்சு வழக்கில் நாம் சில குறிப்பிட்ட சொற்களைப் பயன்படுத்துகிறோம். அவை பொருளியலில் சில சிறப்புப் பொருளைப் பெற்று வழங்கப்படுகின்றது. எந்தவோர் இயலும் தனக்கென்று சில கலைச்சொற்களைக் கொண்டதாக உள்ளது. பொருளியல் இதற்கு விதிவிலக்கன்று. சில கலைச்சொற்கள் ஒரு தனிப் பொருளில் பயன்படுத்தப்பட்டு வருகின்றன. இயலைப் பற்றியும் அதன் கருத்துகளையும் பற்றிப் பயிலுமுன் அவ்வியலில் உள்ள கலைச்சொற்களின் சரியான பொருளை உணர்ந்திருத்தல் இன்றியமையாததாகிறது. எடுத்துக்காட்டாகப் பொருள் (Goods); செல்வம் (Wealth); மதிப்பு (Value); விலை (Price); பயன்பாடு (Utility); வருவாய் (Income) போன்ற

சொற்கள் பொருளியலில் தனிப் பொருளைப் பெற்று விளங்கு கின்றன. அவைகளைப்பற்றி இப்பகுதியில் சுருக்கமாகக் காண்போம். இவைகளைப்பற்றிய விரிவான விளக்கங்களை அந்தந்தத் தலைப்புகளில் இந்நூலில் காணலாம்.

அ. பொருட்கள் (Goods)

மனிதனுடைய ஒவ்வோர் அசைவும் தன்னுடைய விருப்பங் களை நிறைவு செய்வதற்கேயாகும். இத்தகைய மனித விருப் பங்களை நிறைவு செய்யக்கூடிய பண்டங்களுக்கும், பணிகளுக் கும் 'பொருள்கள்' என்று இவ்வியலில் கூறுகிறோம். பொரு ளியலில் கண்ணுக்குப் புலனுகும் அல்லது புலனுகாத அனைத்தும் 'பொருள்கள்' எனப்படும். ஆனால், அவை மனித விருப்பங்களை நிறைவேற்றக்கூடியனவாகயிருத்தல் வேண்டும். எடுத்துக் காட்டாகக் கண்ணுக்குப் புலனுகக்கூடிய காய், நாற்காலி, எழுதுகோல் இவைகளைத்தவிர பாடகரின் இசை, ஆசிரியரின் கற்பிக்கும் தொழில், பணியாளரின் பணி, மருத்துவரின் மருத்துவம் ஆகிய கண்ணுக்குப் புலனுகாதவையும் 'பொருள் கள்' என்று பொருளியலில் கருதப்படும்.

வகைகள்

பொருள்கள் இலவசப் பொருள்கள் என்றும் செல்வப் பொருள்கள் என்றும் இருவகைகளாகப் பிரிக்கப்படும். (Free Goods and Economic Goods).

இலவசப் பொருள்கள் (Free Goods) அல்லது இலவசப் பண்டங்கள்

இயற்கையில் இருக்கும் பண்டங்களனைத்தும் இலவசப் பண்டங்கள் எனப்படும். இவைகள் தேவைக்கு மேலும், மனித முயற்சியின்மையிலும் கிடைக்கின்றன. அவை மனித முயற்சியின் விளைவுகள் அன்று. இயற்கையிலேயே கிடைப்ப தாலும், மனித முயற்சியின்றி கிடைப்பதாலும் இவைகளுக்கு விலை ஏதும் கொடுக்கவேண்டியதில்லை என்பதாலும் இவைகளை இலவசப் பண்டங்கள் என்கிறோம். நீர், காற்று, சூரிய ஒளி போன்றவைகளை இலவசப் பண்டங்கள் எனலாம்.

செல்வப் பண்டங்கள் (Economic Goods)

இவை இலவசமாக இயற்கையில் கிடைப்பனவல்ல. செல்வப் பண்டங்கள் மனித முயற்சியினுல் ஏற்படுவன. இவை

பற்ருத பண்டங்கள். இவற்றிற்கு விலே உண்டு. இப் பண்டங்களுக்குத் தேவை அதிகமாகவும் உற்பத்தி குறைவாகவும் இருக்கும். எனவே இவைகளுக்கு மாற்று மதிப்பு (Value-in-exchange) இருக்கும். எனவே விலே கொடுத்துத்தான் இவைகளே வாங்க முடியும். இவைகளின் பற்ருக்குறையினுல் பொருளாதாரப் பிரச்சினைகள் ஏற்படுகின்றன. தங்கம், வெள்ளி, துணி, அரிசி, கட்டடம், கார் முதலியன செல்வப் பண்டங்கள் எனப்படும்.

இலவசப் பண்டங்கள், செல்வப் பண்டங்கள் எவையெவை என்று பொதுவாகக் கூற முடியுமாயினும் இவையிரண்டினுக்கும் வேற்றுமைகள் நிரந்தரமல்ல. இவ்வேற்றுமைகள் எக்காலத்திற்கும், எந்த இடத்திற்கும், எந்த மனிதனுக்கும் நிரந்தரமாகப் பொருந்துவனவன்று. ஒரு பண்டம் ஓர் இடத்தில் இலவசப் பொருளாகவும் வேருேர் இடத்தில் செல்வப் பண்டமாகவும் இருக்கும். கிராமத்தில் காய்கனிகள் இலவசப் பொருளாகக் கிடைக்கலாம். ஆனுல், நகர்ப்புறங்களில் அவை செல்வப் பண்டங்களாக விற்கப்படுகின்றன. இராமநாதபுரம் போன்ற இடங்களில் நீர் செல்வப் பண்டமாகவும், காவிரிக்கரை பகுதிகளில் நீர் இலவசப் பண்டமாகவும் தோன்றுகின்றது. பனிமலேப் பகுதிகளில் பனிக்கட்டிகள் இலவசப் பண்டங்களாகவும், சென்னே மற்றும் நகரங்களில் விலே கொடுத்து வாங்கப்படும் செல்வப் பண்டங்களாகவும் விற்கப்படுகின்றன. இது போன்று இடத்தின் அடிப்படையில் ஒரே பண்டம் இலவசப் பண்டமாகவும், செல்வப் பண்டமாகவும் காணப்படுகின்றது. இது போன்றே ஒரு பொருள் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் இலவசப் பண்டமாகவும், வேருெரு காலத்தில் செல்வப் பண்டமாகவும் தோன்றுகின்றது. பண்டைக் காலத்தில் மக்கள் நெருக்கடி அதிகமில்லாதபொழுது மரங்களிலிருந்து கனிகளேயும், காடுகளிலிருந்து விறகு போன்றவைகளேயும் இலவசமாகப் பெற்று வந்தனர். நாளடைவில் மக்கள் பெருக்கத்தினுல் அவைகளின் தேவை மிகுந்து செல்வப் பண்டமாகி விலே கொடுத்து வாங்கும் நிலே ஏற்பட்டுவிட்டது. எனவே இலவசப் பண்டம், செல்வப் பண்டம் என்று வேறுபடுத்தி நிரந்தரமாகக் கூற முடியாது. இவை இடத்திற்கு இடம், காலத்திற்குக் காலம் மாறக் கூடியன.

ஒரு பொருள் இலவசப் பண்டம் அல்லது செல்வப் பண்டம் என்று கூறுவது அதன் அளவினேப் பொருத்தது அல்ல. ஒரு பண்டத்தின் அளவு குறைவாயிருந்தபொழுதிலும் அதன் தேவை மிகவும் குறைவாயிருப்பின், அதை இலவசப் பண்டம்

எனலாம். மாறாக ஒரு பண்டம் அதிக அளவில் இருந்தாலும் அதன் தேவை அதைவிட மிகுந்திருந்தால் அப்பண்டத்தைச் செல்வப் பண்டம் என்று கூறுகிறோம். எனவே எந்தப் பண்டத்தின் அளிப்புத் தேவைக்குக் குறைவாக உள்ளதோ அப்பண்டத்தைச் செல்வப் பண்டம் எனலாம். இவ்வாறு ஓர் எல்லைக்குள் அளிப்பு இருப்பதாலேயே பல பொருளாதாரச் சிக்கல்கள் தோன்றுகின்றன.

மேலும் பண்டங்களை நுகரும் பண்டங்கள் (Consumer Goods) எனவும், உற்பத்திப் பண்டங்கள் (Producers Goods) எனவும் வகைப்படுத்தலாம். மனித விருப்பத்தை நேரிடையாக நிறைவேற்றக்கூடிய பண்டங்களை நுகரும் பண்டங்கள் எனலாம். இவைகள் விரைவில் அழியக்கூடியன. பழங்கள், காய்கனிகள், அரிசி முதலியன நுகரும் பண்டங்கள் எனப்படும். மாறாக மனித விருப்பங்களை மறைமுகமாக நிறைவேற்றக்கூடிய பண்டங்களை உற்பத்திப் பண்டங்கள் என்கிறோம். எடுத்துக் காட்டாக இயந்திரம், வானொலி, கட்டடம், இசைக்கருவி முதலியன உற்பத்திப் பொருள்களாகும். உற்பத்திப் பண்டங்கள் மனித விருப்பங்களை மறைமுகமாக நிறைவேற்றக்கூடியன. இயந்திரங்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பண்டங்களைக் கொண்டு மனித விருப்பங்களை நிறைவேற்றலாம். இயந்திரங்கள் நேரிடையாக விருப்பங்களை நிறைவேற்ற முடியாது. ஒரு பொருளை நுகரும் பொருள் எனவும், உற்பத்திப் பண்டம் எனவும் கருதுவது அதைப் பயன்படுத்தும் முறையைப் பொருத்தது. ஒரு வண்டியை அதைப் பயன்படுத்துவர் நுகரும் பண்டமாகக் கருதுகிறார். ஆனால், அதை வாடகைக்குப் பயன்படுத்தும்பொழுது அது உற்பத்திப் பண்டமாகக் கருதப்படும்.

ஆ. செல்வம் (Wealth)

சந்தையில் விலைக்கு மாற்றப்படும் பண்டங்களையும், பணிகளையும் பொருளியலில் செல்வம் என்று அழைக்கிறோம். வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாதனவையனைத்தும் செல்வம் என்று குறிப்பிடுவது சரியல்ல. எடுத்துக்காட்டாகக் காற்றும், நீரும் பெருமளவில் வாழ்க்கைக்குப் பயன்பட்ட பொழுதிலும் அவை இலவசப் பண்டமாகையினால் அவைகளைச் செல்வம் என்று கூறுவது பொருந்தாது. ஆனால், நடைமுறை பேச்சு வழக்கில் பணத்தை மட்டுமே செல்வம் என்று கருதி, இச் சொல்லுக்குக் குறுகியதொரு பொருளைக் கொடுக்கிறோம். பணம் செல்வத்தின் அடையாளமாகும்.

ஒரு பண்டம் செல்வம் என்று கருதப்படுவதற்குக் கீழ்க் கண்ட சிறப்பியல்புகள் இருத்தல் வேண்டும்.

1. மக்களது விருப்பங்களை நிறைவேற்றக்கூடிய பண்டங் களை மட்டுமே செல்வம் என்று பொருளியலில் குறிப்பிடுகிறேம். பண்டங்களும் பணிகளும் பயன்பாடுள்ளதாய் (utility) இருத்தல் வேண்டும். பயன்பாடற்றப் பண்டத்தை எவரும் விரும்ப மாட்டார்கள். இவைகளைச் செல்வம் என்று குறிப்பிடுவது தவருகும். இத்தகைய பண்டங்களுக்கு மாற்று மதிப்பு இருக் காது. ஏனவே, மாற்று மதிப்புள்ள, மனித விருப்பங்களை நிறைவேற்றக்கூடிய பண்டங்களை மட்டுமே செல்வம் என்கிறேம்.

2. அப்பண்டம் கிடைப்பருமையாக இருத்தல் வேண்டும். இத்தகைய பண்டங்களின் அளிப்பு அவற்றின் தேவையை விட குறைவாக இருத்தல் வேண்டும். அப்பொழுதுதான் அது கிடைப் பருமை என்கிறேம். அத்தகைய கிடைப்பருமைப் பண்டத்தை மட்டுமே செல்வம் எனலாம். அப்பண்டம் தேவைக்குமதிக மாக அளிக்கப்படுமானுல் அதற்கு மாற்று மதிப்பு இருக்காது. எடுத்துக்காட்டாக நீர், வெப்பம் போன்ற பயன்பாடு மிக்க பண்டங்கள் தேவைக்கு அதிகமாகக் கிடைப்பதால்தான் அவற்றிற்கு மதிப்பில்லை. இவற்றை செல்வம் எனக் கொள்ள லாகாது. பயன்பாடற்ற பொருள்களின் அளிப்புக் குறைவாக யிருப்பினும் அவை விலைக்கு மாற்ற முடியாது.

3. பண்டங்களும் பணிகளும் செல்வம் என்று கருதப்பட வேண்டுமாயின் அவை மாற்றலாகும் தன்மைபெற்றிருக்க வேண்டும். ஒருவர் மற்றொருவருக்கு எளிதில் மாற்றித்தரக் கூடிய பண்டங்களையும் பணிகளையும் மட்டுமே செல்வம் என்று கூறலாம். இன்றேல் விலை கொடுத்து எவரும் வாங்க முடியாது. ஒரு மருத்துவரின் திறனும், பாடுபவரின் குரலையும் செல்வம் எனக் கொள்ளலாகாது. ஏனெனில், அவற்றை விலைக்கு விற்க முடியாது. எனவே கிடைப்பருமையான, பயன்பாடுமிக்க அப் பண்டம் அதன் உரிமையாளரிடமிருந்து தனியே பிரித்தெடுத்துச் செல்வதற்குத் தகுதியாகயிருத்தல் வேண்டும். ஆனுல், பண்டத்தை வேறொருவருக்கு மாற்றிக்கொடுக்கும்பொழுது அப்படியே எடுத்துக்கொடுக்கும்படி யிருக்கவேண்டிய தேவை யில்லை. அப்பொருளின் மீதான உரிமையை ஒருவர் மற்றொரு வருக்கு மாற்றிக் கொடுக்கத் தகுதியுடையதாகயிருப்பின் போது மானது. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு கட்டடத்தை வேறொருவருக்கு

விற்கும்பொழுது அதன் உரிமைப் பத்திரத்தை மட்டுமே மாற்றிப் பெயரளவு மாற்றம் செய்தால் போதுமானது.

எனவே பயன்பாடுள்ள, கிடைப்பருமையானமாற்று மதிப்புடைய பண்டங்களை மட்டுமே பொருளியலில் செல்வம் என்று கூறுகிறோம். இவ்வாறெனில் சில எடுத்துக்காட்டுகள் வாயிலாகக் கீழ்க்கண்டவைகள் செல்வமா இல்லையா என்று பார்ப்போம். தாய் தன் குழந்தைகளின் மீது செலுத்தும் அன்பு செல்வமாகாது. ஏனெனில், இதற்கு மாற்று மதிப்புக் கிடையாது. பாடுபவரின் குரல், வழக்கறிஞரின் வாதம், மருத்துவரின் அறிவு போன்றவை செல்வம் ஆகாது. இவை செல்வம் திரட்ட பயன்படுமேயன்றிச் செல்வமாகாது. சில பொருளியல் வல்லுநர்கள் இவற்றை 'தனிச் செல்வம்' (Personal Wealth) என்று கூறுவர். இயற்கையின் இலவசப் பண்டங்களான காற்று, நீர், காவிரியாறு, அரபிக்கடல் போன்றவை செல்வமாகாது. இவை கிடைப்பருமை பண்டங்கள் அல்ல. மேலும் ஆறுகள், கடல்கள் போன்றவை எவருடைய தனிச் சொத்தும் அல்ல. 'இவைகளைத் தேசியச் செல்வம்' அல்லது 'நாட்டுச் செல்வம்' (National Wealth) என்று சிலர் கூறுவர்.

மாறாக மருத்துவரின் பணி அல்லது வழக்கறிஞரின் பணி செல்வம் ஆகும். இவைகள் கிடைப்பருமையாயிருப்பதாலும் மாற்று மதிப்புள்ளதாலும் செல்வம் என்று கூறலாம். இப்பணிகள் விலைக்கு மாற்றக்கூடியன. இவைகள் மனித விருப்பங்களை நிறைவேற்றக் கூடியன. அதுபோன்றே பரிசுப் பத்திரங்கள், பங்குச் சான்றிதழ் போன்றவைகளை வைத்திருப்பவருக்கு அவைகளின் மீது உரிமையிருப்பதாலும் கிடைப்பருமையாயிருப்பதாலும், மாற்றுதற்குரியதாயிருப்பதாலும் இவற்றை செல்வம் என்று கூறுவது பொருந்தும். அது போன்றே நூலுரிமையையும் செல்வம் என்றே கூறலாம். நூலின் ஆசிரியர் அந்நூலின் மீதான உரிமையைப் பதிப்பாளருக்கோ வேறு எவருக்கோ விற்க முடியும். மாற்றத் தகுதியுள்ளதாயிருப்பதாலும், கிடைப்பருமையாயிருப்பதாலும், பயன்பாடுள்ளதாலும் நூலுரிமையும் செல்வமே.

செல்வத்தின் வகைகள்

செல்வத்தைத் தனிநபர் செல்வம் (Individual Wealth) என்றும், நாட்டுச் செல்வம் (National Wealth) என்றும், சமுதாயச் செல்வம் (Social Wealth) என்றும், சார்புச் செல்வம் (Representative Wealth) என்றும் பிரிக்கலாம்.

1. தனிநபர் செல்வம்

தனிமனிதனுடைய உடைமைகள் தனிநபர் செல்வமாகிறது. தனி மனிதனுடைய வீடு, பங்குகள், நிலம் போன்ற உருப்பொருள் உடைமைகளும் (Material Wealth); தொழில் நன்மதிப்புப் போன்ற அருவப்பொருள் (non-material wealth) உடைமைகளும் அவனுடைய தனிநபர் செல்வாகும். தனி மனிதனின் திறன் அவனுடைய செல்வமாகாது. எடுத்துக் காட்டாக மருத்துவருடைய திறன் வாயிலாகச் செல்வத்தைக் குவிக்கலாம். ஆனல், இது செல்வமாகாது. ஏனெனில் அவருடைய திறன் மாற்றக்கூடியதல்ல. இவற்றை ஆள்சார் செல்வம் (Personal Wealth) எனலாம்.

2. நாட்டுச் செல்வம்

ஒரு நாட்டின் செல்வங்களனைத்தும் நாட்டுச் செல்வமாகும். இதில் தனிநபர்ச் செல்வமும் அடங்கும். நாடு முழுவதற்கும் சொந்தமான தனிநபர்ச் செல்வம், கட்டடங்கள், ஆறுகள், போக்குவரவு வழிகள், நிலவளம், கனிச்சுரங்கங்கள் அனைத்தும் அடங்கியது நாட்டுச் செல்வமாகும். நாட்டுச் செல்வம் என்று குறிப்பிடும்பொழுது இலவசப் பண்டங்களையும் நாட்டுச் செல்வம் என்று கூறலாம். எடுத்துக்காட்டாக இயற்கையின் கொடையான காவிரியாறும் நாட்டுச் செல்வத்தில் அடங்கும். இக்கருத்து மார்சல் கூற்ருகும். ஆனல், சில பொருளியல் வல்லுநர்களான செலிக்மென் (Seligman) போன்ரோரின் கருத்துப்படி ஆறுகள் செல்வத்தைச் சேர்க்க உதவுமேயன்றி அவையே செல்வமாகாது என்று குறிப்பிட்டுள்ளார். இச்செல்வத்தை வேறு விதமாகக் கூறலாம். தனியார் அனைவரின் செல்வத்தையும் ஏனைய பொதுச் செல்வங்களையும், சேர்த்து, தனியார் மற்றும் அரசுக் கடன்களையும் கழித்தால் வருவது நாட்டுச் செல்வம் என்று சில பொருளியல் வல்லுநர்கள் கருதுகின்றனர்.

3. சமுதாயச் செல்வம்

பொதுச் சொத்துகள் யாவும் சமுதாயச் செல்வம் என அழைக்கப்பெறுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக இருப்புப் பாதைகள், வானவூர்திகள், பொது நூலகங்கள், பொருட்காட்சி சாலைகள் போன்றவை சமுதாயச் செல்வம் எனப்படும்.

4. சார்புச் செல்வம்

வெறும் தாளினல் ஆக்கப்பட்டது என்ருலும் கடன் பத்திரங்கள், பங்குப் பத்திரங்கள் முதலியனவைகளை வைத்திருப்பவர்

களுக்குச் செல்வத்தின் மீது உரிமை கிடைக்கிறது. செல்வத்தின் சார்பாக இவைகள் இருப்பதால் இவைகளைச் சார்புச் செல்வம் என்கிறோம். வீட்டு மனைப் பத்திரம் போன்றவைகளும் இதில் அடங்கும்.

செல்வமும் நலமும் (Wealth and welfare)

செல்வமே வாழ்க்கைக்கு நலமாகாது. வாழ்க்கை நலம் தரும் வழிவகைகளில் ஒன்றே செல்வமாகும். (Wealth is a means to welfare) ஆனால் இரண்டிற்கும் தொடர்பு உள்ளது. செல்வம் நல்வாழ்வைப் பெருக்கும் கருவியாக விளங்குகிறது. நல்வாழ்வைப் பெருக்க செல்வம் இன்றியமையாதது. ஆனால், எல்லாச் செல்வமும் நல்வாழ்வை அளிப்பனவல்ல. பொருளியலில் மதுவகைகளும், மஞ்சள் பத்திரிகைகள், வெண் சுருட்டுகள் போன்றவைகளும் செல்வம் என்று அழைக்கப்பட்டு வருகின்றன. ஆனால், இவைகள் வாழ்க்கை நலத்தை அளிப்பதில்லை. அவற்றை நுகர்வதால் கேடே விளையும். எனவே நல்வாழ்வுக்குச் செல்வம் இன்றியமையாதது; ஆனால் அனைத்துச் செல்வங்களும் வாழ்க்கை நலம் பயக்காது என்பதை அறிதல் வேண்டும். மனித நல்வாழ்வின் பயனையடைய செல்வத்தைச் சரியானபடி பயன்படுத்தவேண்டும். செல்வத்தின் பெருக்கம் மனித நல்வாழ்விற்குப் பேருதவி புரியும். மாறாகச் செல்வத்தின் இழப்பு மனித நல்வாழ்விற்குக் கேடு விளைவிக்கும் என்பது பிகு போன்ற பொருளியல் வல்லுநர்களின்கருத்தாகும்.

இ. மதிப்பு (Value)

பொருளியலில் மதிப்பு என்னும் சொல் இரு சிறப்புப் பொருள்களைப் பெற்று விளங்குகிறது. அவை பயன்பாட்டு மதிப்பு (Value-in-use); மாற்று மதிப்பு (Value-in-exchange) ஆகும். ஆனால் பயன்பாட்டு மதிப்பு என்று பொருள்படுவதற்கு 'மதிப்பு' என்ற சொல் பொதுவாகப் பயன்படுத்துவதில்லை. ஏனெனில் 'பயன்பாடு' என்ற சொல்லே பயன்பாட்டு மதிப்பு என்ற பொருளைக் கொடுப்பதால் பயன்பாட்டு மதிப்பு என்ற பொருள்பட 'பயன்பாடு' என்ற சொல்லே பயன்படுத்தப்படுகிறது. எனவே, பொருளியலில் குறிப்பாக 'மதிப்பு' என்ற சொல் 'மாற்று மதிப்பு' என்ற பொருள்பட பயன்படுத்தப்படுகிறது. ஒரு பொருள் வேறொரு பொருளுக்காக மாற்றப்படும்பொழுது எந்த வீதத்தில் மாற்றப்படுகிறதோ அதை அப்பொருளின் மதிப்பு என்று கூறுகிறோம். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு

தேங்காய்க்கு ஈடாகப் பத்து வாழைப்பழங்களை மாற்ற முடியுமானால் ஒரு தேங்காயின் மதிப்புப் பத்து வாழைப்பழங்களுக்குச் சமம் என்று கூறுகிறோம். ஒரு பொருள் செல்வத்திற்குரிய இலக்கணங்களான கிடைப்பருமை, பயன்பாடு, மாற்றுதற்குரிய தன்மை என்ற மூன்றும் இருந்தால்தான் அப்பொருள் மதிப்பைப் பெறமுடியும்.

ஈ. விலை (Price)

பண்டத்தின் மதிப்புப் பணத்தின் அளவில் குறிப்பிட்டால் அது விலை எனப்படும். விலையை அப் பொருளின் பண மதிப்பு என்றும் கூறலாம். பணத்தின் வாயிலாக ஒரு பொருளின் விலையை எளிதில் கூறிவிடலாம். பண்டைக் காலத்தில் பணம் தோன்றாமல் பண்டமாற்று முறை ஏற்பட்டு வந்தது. பண்டமாற்று முறையில் ஒரு பொருளின் மதிப்பைக் குறிப்பிடுவது கடினமாயிருந்தது. அம் முறையில் ஒரு பொருளின் மதிப்பைக் கூற வேண்டுமாயின் அப் பொருளுக்குச் சமமான வேறு சில பொருள்களின் மதிப்பைக்காட்டி கூறவேண்டியிருந்தது. எடுத்துக்காட்டாக வீடு, கார், சைக்கிள் இவைகளில் வீட்டின் மதிப்பைக் கூறுவதற்கு அது மூன்று கார்களுக்குச் சமம், அல்லது அறுபது சைக்கிள்களுக்குச் சமம் என்று கூறவேண்டியிருந்தது. மூன்று எடுத்துக்காட்டுகளின் மதிப்பைக் கணக்கிடும்பொழுதே இவ்வளவு கடுமையாயிருப்பின் நடைமுறையில் உள்ள ஆயிரக் கணக்கான பொருள்களுக்கு மதிப்பிடுவது எவ்வளவு கடினம் என்பதை நாம் உணரவேண்டும். இத் தொல்லையைப் பணம் தவிர்க்கிறது. இவ்வாறு பணத்தின் வாயிலாக மதிப்பை வெளியிடுவதை விலை என்கிறோம். பொருளின் விலை அடிக்கடி மாறக் கூடியது. பணப்பெருக்கத்தின் பொழுதும் விலை உயரும். அது போன்று பண வாட்டத்தின்பொழுது விலை இறங்கும். மேலும், எல்லாப் பொருள்களின் மதிப்பும் ஒரே நேரத்தில் உயரும் அல்லது சரியும் என்பதில்லை. ஆனால், எல்லாப் பண்டங்களின் விலையும் ஒரே நேரத்தில் உயரவோ அல்லது சரியவோ நேரலாம்.

பொருளின் விலையைப்பொருத்தே நுகர்வு, உற்பத்தி, தேவையும் அளிப்பும் அமையும். எனவே பொருளியலில் விலை ஓர் இன்றியமையாத இடத்தைப் பெறுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு பொருளின் விலை உயரும்பொழுது நுகர்வோர் நுகருவதைக் குறைத்துக்கொள்வர். இது போன்றே உற்பத்

தியை இயக்குவதன் பெரும் பங்கை ஏற்பது விலையே. ஒரு பொருளின் விலை ஏறினால் அப் பொருளின் உற்பத்தியாளர் உற்பத்தியைப் பெருக்குவார். மாறாக விலை குறையும்போது உற்பத்தியாளர் உற்பத்தியைக் குறைப்பர். ஒரு பொருளின் தேவைக்கும் அளிப்புக்கும் சமநிலையை ஏற்படுத்துவது விலையே.

உ. பயன்பாடு (Utility)

எல்லாப் பொருள்களும் எல்லா விருப்பங்களையும் நிறைவேற்ற முடியாது. சிலவகை விருப்பங்களை நிறைவு செய்யும் திறமை சில பொருள்களுக்கு மட்டும் உண்டு. இத்திறமைக்குப் பொருளியலில் 'பயன்பாடு' என்று கூறப்படும். பயன்பாட்டை அளவிடுவது கடினம். ஏனெனில், ஒருவன் ஒரு பொருளால் எவ்வாறு பயன்பாட்டினைப் பெற்றான் என்று கூறுவது கற்பனைக்கு விட்டுவிடப்படும். ஆனால், பொருளியலில் பயன்பாட்டினை அவன் அப்பொருளுக்குக் கொடுக்கும் பணத்தின் வாயிலாக வெளிப்படுத்தலாம். எடுத்துக்காட்டாக ஒருவன் ஒரு ரூபாய் கொடுத்து ஓர் ஆப்பிள் வாங்கி உண்பதாகக் கொள்வோம். இங்கு அவனுக்கு அந்த ஆப்பிளின் பயன்பாடு ரூபாய் ஒன்றுக்குச் சமம் என்று கொள்ளலாம். மேலும் அவன் 50 பைசா கொடுத்து ஒரு பேரிக்காய் வாங்கி உண்பதாகக் கொள்வோம். இதில் அவனுக்கு இரண்டு பேரிக்காய்களின் பயன்பாடு ஓர் ஆப்பிளின் பயன்பாட்டிற்குச் சமம் என்று வீதப் படுத்திச் சொல்லலாம்.

பயன்பாடு என்று கூறும்பொழுது அவனுக்கு நற்பயனைத் தான் தரவேண்டுமென்பதில்லை. அப்பண்டத்தின் தேவையைப் பொருத்துத்தான் பயன்பாடு காட்டப்படுகிறதே தவிர தீயன விளையுமா, நல்லது பயக்குமா என்பதைப் பொருத்து அல்ல. அது போல் ஒரு பொருள் அனைவருக்கும் பயன்பாடளிக்கும் என்று கூறுவது தவறாகும். எடுத்துக்காட்டாகக் குடிகாரனுக்கு மதுவகைகள் பயன்பாடளிக்கும். பிறருக்கு அப் பொருளினால் பயன்பாடு இருக்காது. பயன்பாடு நபருக்கு நபர், காலத்திற்குக் காலம், இடத்திற்கு இடம் மாறக் கூடியது. எடுத்துக்காட்டாகக் குளிர்காலத்தில் கம்பளி போர்வைக்குப் பயன்பாடு மிகுதியாகவும், வெப்பக்காலத்தில் அதற்குப் பயன்பாடு இல்லாமலிருக்கும். அது போன்றே பாலைவனத்தில் ஒட்டகத்தின் பயன்பாடு மிகுந்தும் பிற இடங்களில் குறைந்தும் இருப்பதைக் காணலாம்.

பயன்பாட்டின் வகைகள்

பயன்பாட்டை மொத்தப் பயன்பாடு (Total utility), சராசரி பயன்பாடு (Average utility), இறுதிநிலைப் பயன்பாடு (Marginal utility), வடிவப் பயன்பாடு (Form utility), இடப் பயன்பாடு (Place utility), காலப் பயன்பாடு (Time utility) என்று வகைப் படுத்தலாம்.

ஒவ்வோர் அலகினையும் நுகருவதால் கிடைக்கும் பயன் களைக் கூட்டிவரும் பயன்பாட்டினை மொத்தப் பயன்பாடு என்கிறோம். ஒரு பொருளின் குறிப்பிட்ட அலகுகளை நுகர்ந்து கொண்டிருக்கும் ஒருவன் மேலும் ஓர் அலகு அப்பொருளை நுகருவதால் கிடைக்கும் அதிகப்படியான பயன்பாட்டினை இறுதிநிலைப் பயன்பாடு என்கிறோம். எடுத்துக்காட்டாக ஒருவன் 5 ஆப்பிள்களை உண்ணும்பொழுது, நான்காவது ஆப்பிளை உண்ணும்பொழுதைவிட ஐந்தாவது ஆப்பிளை உண்ணும் பொழுது பயன்பாடு ஆறு கூடுதலாகக் கிடைக்கிறது என்று கொண்டால் ஐந்தாவது ஆப்பிளின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு ஆறு என்று ஆகும். சராசரி பயன்பாடு என்பது மொத்தப் பயன்பாட்டை நுகர்ந்த அலகுகளின் எண்ணிக்கை யினால் வகுத்து வருவதேயாகும். பொருளியலில் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு பொருளின் மதிப்பைக் குறிக்கிறது. எனவே, இவ் வியலில் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு ஓர் இன்றியமையாத இடத் தைப் பெறுகிறது.

ஊ. வருவாய் (Income)

பொருளியலில் வருமானம் இன்றியமையாத இடத்தைப் பெறுகிறது. வருமானத்தை மறப்பின் பொருளியல் நடவடிக் கைகளை மறக்கவேண்டிய நிலை ஏற்படும். வருமானம் இன்றேல் பொருளியல் நடவடிக்கைகள் அனைத்தும் நின்றுவிடும். உற்பத்திக்காரணிகளான நிலம், உழைப்பு, முதல், அமைப்பு இவைகளுக்கு ஈடாகக் கொடுப்பதையே இவைகளுக்கு வருவாய் என்று கூறுகிறோம். நிலம் பெறும் வருவாய் வாரம்; உழைப்புப் பெறுவது கூலி; முதல் பெறுவது வட்டி; அமைப்புப் பெறுவது இலாபம் என்று வருவாயை வகைப்படுத்தலாம்.

வருவாய் பண வருவாய், உண்மை வருவாய் என்று இரு வகைப்படும். இவை இரண்டும் ஒன்றல்ல. வருவாயைப் பணத்தால் அளவிட்டால் அது பண வருவாய் எனப்படும்.

இப்பண வருவாயைக் கொண்டு பெறும் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளின் அளவினை உண்மை வருவாய் என்கிறோம்.

இவ்விரண்டின் வேற்றுமையை ஓர் எடுத்துக்காட்டின் வாயிலாக விளக்கலாம். 1947இல் ஒரு வானொலிப் பெட்டியின் விலை ரூ. 500 எனக் கொள்வோம். 1975இல் அப் பெட்டியின் விலை ரூ. 1,000 என்று கொண்டால் இரு வருவாய்களும் வேறுபடுவதைக் காணலாம். 1975இல் பண வருவாய் உயர்ந்துள்ளதையும், உண்மை வருவாய்க் குறைந்துள்ளதையும் காணலாம். பணத்தின் மதிப்புக் குறையும்பொழுது பண வருவாய் உயர்ந்தும், உண்மை வருவாய் குறைந்தும் காணப்படும்.

வருமானம் தனிநபர் வருமானம் (Percapital income) என்றும் நாட்டு வருமானம் (National income) என்றும் இருவகைப்படும். மக்களில் ஒவ்வொருவரும் பெறும் வருமானம் தனிநபர் வருமானம் எனப்படும். ஆண்டு முழுவதும் ஒரு நாட்டில் உண்டாகும் மொத்த உற்பத்தியை நாட்டு வருமானம் என்று கூறுகிறோம்.

2. தேக்கநிலைப் பொருளியலும் இயக்க நிலைப் பொருளியலும்

(Economics Statics and Economic Dynamics)

இயற்பியலில் (Physical Science) பயன்படுத்தப்பெறும் தேக்கநிலை (Statics) இயக்கநிலை (dynamics) என்ற சொற்களிலிருந்து 'தேக்கநிலைப் பொருளியல், இயக்கநிலைப் பொருளியல்' என்ற சொற்கள் தோன்றின. இயக்கமேயில்லாத ஒரு நிலையை இயற்பியலில் தேக்கநிலை என்றும், இயக்கம் அல்லது அசைவுள்ள ஒரு நிலையை இயக்கநிலை என்றும் கூறுகிறோம். இச் சொற்கள் பொருளியல் ஆய்வில் ஒரு சிறுமாறுதல்களுடன் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. பொருளியல் ஆய்வில் பொதுவாகத் தேக்கநிலைப் பொருளியலுக்கும் இயக்கநிலைப் பொருளியலுக்கும் வேறுபாடு செய்யப்படுகிறது.

இயற்பியலில் தேக்கநிலை என்பது அசைவற்ற நிலையைக் குறிக்கிறது. ஆனால், பொருளியலில் தேக்கநிலைப் பொருளியல் இயக்க மற்றப் பொருளாதாரத்தைக் குறிப்பதாக அமையவில்லை. பொருளாதாரத்தில் இயக்கம் உள்ளது; ஆனால் இவ்வியக்கம் ஒழுங்காகவும், அமைதியாகவும், முறையாகவும், நிச்சயமாகவும் உள்ளது. எவ்விதமான அதிர்ச்சியும் இவ்வியக்கத்தில் காணப்படவில்லை. எனவே தேக்கநிலைப் பொருளியலில் நிச்சயமற்ற நிலையில்லை. மேலும், அசைவு அல்லது இயக்கம் காலத்தினைச் சார்ந்து முறையாக உள்ளது. மேலும் தேக்கநிலைப் பொருளியலில் சோம்பல்தன்மை யில்லாமல் ஆண்டிற்காண்டு முறையான இயக்கம் தோன்றுகிறது.

நிச்சயமும் முழுமையான அறிவும் தேக்கநிலைப் பொருளியலின் சிறப்பியல்பாகும். எனவே, நிச்சயமில்லாத சூழ்நிலையில் ஏற்படும் எச்சமாகிய இலாபத்தைப்பற்றித் தேக்கநிலைப் பொருளியல் ஆய்வதில்லை. ஆனால், வாரம் என்பது நிச்சயமாக ஏற்படக்கூடிய எச்சமாகும். இதைப் பற்றித் தேக்கநிலைப் பொருளியல் ஆய்கிறது. ஒரு பொருளின் விலை அப்பொருளின் உற்பத்திச் செலவுக்குச் சமமாகும். எனவே, தேக்கநிலைப்

பொருளியலில் இலாபத்தைப் பற்றிப் பயில்வது இயற்கையாகத் தோன்றவில்லை.

தேக்கநிலைப் பொருளியலில் கீழ்க்கண்ட நிபந்தனைகள் மாருமல் இருக்கும். 1. உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவு மாருமல் இருக்கும். 2. ஓர் ஆண்டில் கிடைக்கும் பலவித உற்பத்திப் பொருள்களின் அளவுகள் மாருமலிருக்கும். 3. உற்பத்திக் காரணிகளின் விலைகள் மற்றும் உற்பத்திப் பொருள்களின் விலைகள் மாருமலிருக்கும். 4. உற்பத்தியின் நுட்பம் மாருமலிருக்கும். மக்கள் தொகையின் அளவு மாருமலிருக்கும். 5. மக்களின் விருப்பு, வெறுப்பு, சுவை முதலியவைகளில் மாற்றம் இருக்காது. எனவேதான் 'ஏராடு' (Harrod) என்பவர் 'மாற்றம் விளைவிக்கும் புதிய காரணங்களின் தோற்றம் இல்லாமையால் தேக்கநிலைச் சமநிலையில் சிலவற்றின் மதிப்புகள் மாருமலிருக்கும்' என்று கூறியுள்ளார். (In a Static equilibrium certain values are deemed to remain stationery in the absence of fresh disturbing cause'—Harrod)

தேக்கநிலைப் பொருளியல் பற்றிப் பயில்வது மிகவும் இன்றியமையாததாகும். இயற்பியலில் இயக்கச் சட்டங்களைப் (Laws of motion) பற்றி அறிவதற்கு நிலைச்சட்டங்களை (Lows of rest) அறிந்து கொள்ளுவது இன்றியமையாததாக இருப்பதைப் போல இயக்கப் பொருளியலைப் பற்றியும் அதன் பல்வேறு உள்ளடக்கங்களைப் பற்றியும் அறிந்து கொள்ளுவதற்குத் தேக்கநிலைப் பொருளியலின் பொருள் பற்றியும் அதன் உள்ளடக்கங்களையும் மிகவும் நன்ருக அறிந்து கொள்வது முதன்மையான பணியாகிறது. ஒருவன் ஒரு பொறியைப் பயில்வதற்கு முன்னரும் அதனை இயக்குவதற்கு முன்னரும், அப்பொறி நிலையிலிருக்கும் பொழுது அதன் உறுப்புகளைப் பற்றியும், பண்பினையும் நன்ருகத் தெரிந்து கொள்ளவேண்டும். அதுபோன்றே ஒரு பொருளாதார முறையை (economic system) தெரிந்து கொள்வதற்கு அது தேக்கச் சமநிலையில் இருக்கும்பொழுதே பயிலவேண்டும். தேக்கநிலைப் பொருளியல் என்பது ஒரு வரைபடம் போன்றுள்ளது எனலாம். ஓர் இடத்தைப்பற்றி ஒரு முழுமையானதும் மேலோட்டமான கருத்து அறியவும் அவ்விடத்தின் வரைபடம் உதவும். அதுபோன்றே தேக்கநிலைப் பொருளியல் ஒரு பொருளாதார முறையைப்பற்றி அறிய ஒரு மேலெழுந்த வாறு கருத்தைத் தெரிவிக்கிறது. மேலே கூறப்பட்ட பயன்களுக்குத் தேக்கநிலைப் பொருளியல் ஓர் இன்றியமையாத அளவுகோல் எனலாம்.

தேக்கநிலைப் பொருளியலை ஓர் எடுத்துக்காட்டின் வாயிலாக விளக்கலாம். ஒரு முழுமையான போட்டியுள்ள சந்தையில், தேவைக்கோடும், அளிப்புக்கோடும் வெட்டுமிடத்தை விலை என்று கூறுகிறோம். இவ்வாறு விலையை நிருணயிக்கத் தேவைக்கோடும், அளிப்புக்கோடும் வெட்டும் புள்ளியைக் குறிப்பிடும்பொழுது சிலவற்றை நிலையானதாகவும், மாற்ற மற்றதாகவும் எடுத்துக் கொள்கிறோம். எடுத்துக்காட்டாக மக்கள் தொகை, மக்கள் வருவாய், தொழில் நுட்பம் போன்றவைகள் மாறுபாடில்லாதவை என்று எடுகோள்களாகக் கொள்கிறோம். இவ்விதமாக விலையை நிருணயிக்கும்பொழுது விலையை நிருணயிக்கும் போக்கினையும், பாதையையும் விளக்குவதில்லை. இறுதியான சமநிலையை மட்டும் அடைவதைக் குறிப்பிடுகிறோம். எனவே இந்நிலையில் காலத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு விளக்குவதில்லை. சுருங்கக்கூறின் தேக்கநிலைச் சமநிலையில் இறுதிச் சமநிலையை மட்டும் கருத்தில் கொள்வதால் காலத்தைப் பற்றிக் கருத்தில் கொள்வதில்லை என்பது தேக்கநிலை ஆய்வின் இன்றியமையாத கூறு என்கிறோம்.

தேக்கநிலை முறையின் சிறப்பிற்கான காரணங்கள்

புதுமைப் பொருளியலின் பெரும்பான்மையான பங்கு தேக்கநிலைப் பொருளியலாகும். தேக்கநிலைக் கோட்பாடுகளே பொருளியல் ஆய்வு அல்லது நுண்ணியல் பொருளியல் கோட்பாட்டில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஆனால், வளர்ச்சிக் கோட்பாடுகளும் (Growth Theories) வேறு சில கோட்பாடுகள் மட்டுமே இயக்கநிலைக் கோட்பாடுகளின் அடிப்படையில் உள்ளன. தேக்கநிலைக்குப் புதுமைப் பொருளியல் கோட்பாட்டில் முக்கியத்துவம் அளித்ததற்குப் பல காரணங்கள் உள்ளன. இராபின்சு கூறுவது போன்று மாறுதல் விதிகளைப் புரிந்து கொள்வதற்கு நாம் நிலை விதிகளை (Laws of rest) பயில்கிறோம். (Robbins—'We study the laws of rest in order to understand the laws of change'.) பொருளியல் கோட்பாடுகளும் உலகமும் மிகவும் சிக்கலானது. நாம் வசிக்கும் உலகம் பலவித பிரச்சினை கொண்டது. ஒரே காலத்தில் அனைத்துக் காரணிகளும் செயல்படும்பொழுது உலகத்தைப்பற்றியும், சிக்கல் நிறைந்த பொருளியல் கோட்பாடுகளைப் பற்றியும் பயில்வது மிகவும் கடினமாகும். அனைத்துச் சிக்கல்களையும் கொண்டுள்ள உலகத்தை ஒரே காலத்தில் பயில்வது மனிதனின் குறைந்த அளவு அறிவினால் இயலாத ஒன்றாகும். இதற்கு வழி தேக்கநிலையில் பயில்வதேயாகும். மேலும் இயக்கநிலைப் பொருளியல்

இன்னும் குழந்தைப் பருவத்திலேயே உள்ளது. இயக்கம் பற்றிய ஒரு பொதுக் கோட்பாடு இன்னும் தோன்றவில்லை. ஸ்டிக்ளர் (Stigler) கூறுவது போன்று இயக்கத்தின் வழிகளைப் பற்றி ஆய்வது மிகவும் கடினமாகும். இக்காரணங்களாலேயே தேக்க நிலையானது புதுமைப் பொருளியல் ஆய்வில் ஓர் இன்றியமையாத சிறப்பான முறையாகத் திகழ்கிறது.

இயக்கநிலைப் பொருளியல்

பொருளியல் கோட்பாடுகளை ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவில் ஏற்படும் மாறுதல்களின் அடிப்படையில் இயக்கநிலைப் பொருளியல் ஆய்கிறது. மாறிக்கொண்டே வரும் சூழ்நிலைகளில் சிக்கல்களைப் பற்றியே இயக்கநிலைப் பொருளியல் பயில்கிறது. எவ்விதமான காரணியும் மாறுதல் அற்ற நிலையானது என்ற அடிப்படையில் ஆய்வதில்லை. தேக்கநிலை போன்று சில காரணிகளை மாறுபாடற்றது என்ற எடுகோள்களை அடிப்படையாக இயக்கநிலையில் கொள்வதில்லை. இயக்கநிலைப் பொருளியல் இறுதியான சமநிலையை மட்டும் கருத்தில் கொள்வதில்லை. இம்முறை ஒரு நிலையிலிருந்து மற்றொரு நிலைக்குச் செல்லும் பாதையையும் பாதையின் போக்கினையும் விவரிக்கிறது. காலத்தை மட்டும் கருத்தில் கொள்ளாது காலத்தின் போக்கில் ஏற்படும் மாறுதல்களைப் படிப்படியாக விளக்குகிறது. கடந்த நிகழ்ச்சிகளையும் வரப்போகும் நிகழ்ச்சிகளையும் இணைப்பது மட்டுமல்லாமல் காலப்போக்கில் ஏற்படும் மாறுதல்களை ஒப்பு நோக்கவும் வழிவகை செய்கிறது. எனவே, பௌமல் (Baumol) கூறுவது போல கடந்த நிகழ்ச்சிகளையும் வரும் நிகழ்ச்சிகளையும் ஒப்பு நோக்கும் வகையில் பொருளியல் நடவடிக்கைகளை இயக்கநிலைப் பொருளியல் ஆய்கிறது.

தேக்கநிலைப் பொருளியல் புதுமைப் பொருளியல் கோட்பாடுகளில் முக்கியத்துவம் பெற்றபொழுதிலும், இம்முறை இயக்கநிலைப் பொருளியலை எந்த விதத்திலும் குறைபாடுடையதாகவும் முக்கியத்துவத்தில் குறைக்கவும் இயலாது. சிறப்பில் இயக்கநிலைப் பொருளியல் என்றும் மறுக்கப்பட்டதுமில்லை; குறைக்கப்பட்டதுமில்லை. தொன்மைப் பொருளியலில் (classical economics) இயக்கநிலைப் பொருளியல் தேக்கநிலைப் பொருளியலுக்குச் சமமாகக் கருதப்பட்டு வந்தது. ரிக்கார்டோவின் முறையிலும் பகிர்வின் அடிப்படைச் சிக்கல் சார்பான விதிகள் இயக்கநிலைப் பொருளியலின் அடிப்படையிலேயே கவனிக்கப்பட்டது என்பதை நாம் அறிவோம். ரிக்கார்டோவின் கருத்தின்படி வளர்ச்சியின் இன்றியமையாத காரணி முதலாக்கமே.

இத்தகைய முதலாக்கம் சேமிப்பின் அடிப்படையிலேயே தோன்றும். சேமிப்பை இயக்கநிலையின் அடிப்படையிலேயே சரியாக ரிக்கார்டோ கருதினூர். ஆனல், காலப்போக்கில் இத்தகைய இயக்கநிலைக் கோட்பாடுகள் பயன்படுத்தப்படாமல் போயின. பின்னர் தோன்றிய பொருளியல் வல்லுநர்கள் தேக்கநிலைப் பொருளியலையே பயன்படுத்தினர். மார்சலின் கோட்பாடுகளில் இவ்வுண்மையைக் காணலாம்.

மேலும் சில பொருளியல் சிக்கல்களைத் தேக்கநிலைப் பொருளியலில் ஆய்வு செய்ய முடியாது. சமனற்றநிலைச் சிக்கல் (Problem of disesuilibrium) தொடர்ச்சியான மாறுதல்கள் போன்றவைகளை இயக்கநிலைப் பொருளியலில்தான் தீர்க்க முடியும். தேக்கநிலைப் பொருளியல் சிக்கல்களைச் சமநிலையில் மட்டுமே ஆய்வு செய்யும். அல்லது இரு சமநிலைகளை ஒப்பு நோக்க மட்டுமே இயலும். ஒரு சமநிலையிலிருந்து மற்ருெரு சமநிலைக்குச் செல்லும் வழி வகைகளின் சிக்கல்களைத் தேக்கநிலைப் பொருளியல் பயில இயலாது. இத்தகைய சிக்கல்களை இயக்கநிலைப் பொருளியல் மட்டுமே ஆய்வு செய்யும்.

சுருங்கக்கூறின் இயக்கநிலைப் பொருளியல் இன்றியோ, தேக்கநிலைப் பொருளியல் இன்றியோ பொருளியல் செயல்பட இயலாது. சில பொருளியல் சிக்கல்களைத் தேக்க நிலையில்தான் தீர்க்கவேண்டும். வேறு சில பொருளியல் சிக்கல்களை இயக்கநிலையில்தான் தீர்க்க வேண்டும். வேறு சில பொருளியல் சிக்கல்களைத் தேக்கநிலைத் தனித்தோ, இயக்கநிலைத் தனித்தோ தீர்க்க இயலாது. இவைகளின் முடிவுக்கு இரண்டு நிலைகளின் கூட்டே விடையளிக்க முடியும். எனவே பொருளியல் கோட்பாடுகளுக்கு மனிதனுக்கு இரு கண்களும் தேவைப்படுவதைப் போல, தேக்க நிலையும், இயக்க நிலையும் தேவைப்படுகின்றன.

நுண்ணியல் பொருளியலும் பேரியல் பொருளியலும்

(Micro-economics and Macro-economics)

பொருளாதார வல்லுநர்கள் பொருளியல் ஆய்வினை இரு பெரும் பிரிவுகளாகப் பிரித்துள்ளனர். அவை நுண்ணியல் பொருளியல் (Micro economics) அல்லது பகுதி ஆய்வும் (partial analysis); பேரியல் பொருளியல் (Macro economics) அல்லது மொத்த ஆய்வும் (aggregate analysis) ஆகும்.

நுண்ணிய என்பதற்குச் சரியான ஆங்கிலச் சொல்லான 'மைக்ரோ' (Micro) என்ற சொல் கிரேக்கச் சொல்லான

'மைக்ரோச்' (Mikros) என்ற சொல்லிலிருந்து தோன்றியது. 'மைக்ரோச்' என்ற கிரேக்கச் சொல்லிற்குச் 'சிறிய' என்ற பொருளாகும். எனவே நுண்ணியல் பொருளியல் பொருளியலின் தனிப்பட்ட அங்கத்தைப் பற்றிப் பயிலும் இயலாகும். நுண்ணியல் பொருளியல் தனிநபர், குடும்பம், நிறுவனங்கள், தொழிலகங்கள், பல்வேறு பொருள்கள், பணிகளின் விலைகள் போன்றவைகளைப் பற்றிப் பயிலும் இயலாகும். தனிநுகர்வோர், தனி உற்பத்தியாளர், தனிச்சந்தை போன்றவைகளின் நடத்தைகளைப் பற்றி ஆய்வது நுண்ணியல் பொருளியல் ஆகும். மேலும் செல்வங்கள் எப்படிப் பல்வேறு வெளியீடுகளுக்குப் பிரித்தளிக்கப்படுகிறது என்றும், எவ்வாறு தனிப்பொருள்களின் விலைகள் நிருணயிக்கப்படுகின்றன. எவ்வாறு மொத்த உற்பத்தி உற்பத்தியில் ஈடுபடும் ஒவ்வொருவரும் பிரித்துக் கொள்கின்றனர் போன்றவைகளைப் பற்றி நுண்ணியல் பொருளியல் ஆய்கிறது.

பேரியல் பொருளியல் (Macro economics) என்ற சொல் 'மேக்ரோச்' (Makros) என்ற கிரேக்கச் சொல்லிலிருந்து தோன்றியது. 'மேக்ரோச்' என்ற கிரேக்கச் சொல்லின் பொருள் 'பெரிய' என்பதாகும். பேரியல் பொருளியல் என்பது பொருளியலின் மொத்தமான நடவடிக்கைகளைப் பற்றிப் பயில்வதாகும். பேரியல் பொருளியலில் தனிப்பட்டவரின் உற்பத்தியைப் பற்றியோ, தனிப்பட்டவரின் செலவைப் பற்றியோ, ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளின் தேவையைப் பற்றியோ பயில்வது அன்று. பேரியல் பொருளியலில் மொத்தத் தேவைகளைப் பற்றியும், மொத்த உற்பத்தியைப் பற்றியும், மொத்தச் செலவினைப் பற்றியும் பயில்கிறோம். எனவே, பேரியல் பொருளியலை மொத்தப் பொருளியல் என்றும் கூறுகிறோம். பேரியல் பொருளியலில் பல்வேறு மொத்தங்கள் ஒன்றையொன்று எவ்வாறு பாதிக்கின்றன என்பதைப்பற்றிப் பயில்கிறோம்.

தொன்மைக் காலத்தில் நுண்ணியல் பொருளியலே பொருளியல் ஆய்வில் கையாளப்பட்டு வந்தது. தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்களான ஆடம்ஸ்மித் (Adam Smith) முதல் மார்சல் (Marshall) வரை இம்முறை ஆய்வினைக் கையாண்டனர். நுண்ணியல் பொருளியலை முறைப்படுத்திய பெருமை ரிக்கார்டோவையும், ஆடம்ஸ்மித்தையும் சாரும். தொன்மைக் காலத்தில் குறிப்பாக 18, 19ஆம் நூற்றாண்டுகளில் நுண்ணியல் பொருளியல் மிகவும் பரவலாகவும், சிறப்பாகவும் இருந்தது. அக்காலத்தில் அரசு மக்களின் நடவடிக்கைகளில் தலையிடுவதைத் தங்கள் கடமையாகக் கொள்ளவில்லை. மக்களிடையே

ஒழுங்கினை நிலை நிறுத்துவதும், மக்களை வெளிநாட்டுத் தாக்கு தல்களிலிருந்து காப்பதுவுமே அரசின் கடமைகளாகக் கருதப் பட்டது. தொழிலில் ஈடுபடுவதும், வாணிகத்தைச் செய்வதும், சந்தையைக் கட்டுப்படுத்துவதும், தேவை அளிப்பில் தங்க ளுடைய பங்கைச் செலுத்துவதும் போன்ற பணிகள் தங்க ளுடைய எல்லைக்கப்பாற்பட்டவை என்று அன்றைய அரசு கருதியது. தங்களுடைய பணி ஒழுங்கிணை நிறுத்துவதே என்று கருதியதால் அன்றைய அரசினைக் காவல் அரசு என்று கூறலாம். பொதுத்துறையே இல்லாத காலம் அது. எனவே தான் நுண்ணியல் பொருளியல் நடைமுறையில் கையாளப் பட்டு வந்தது. மேலும் 18, 19ஆம் நூற்றுண்டுகளில் பொரு ளியல் அமைதி (economic peace) நிலவி வந்தது. வேலை யில்லாத் திண்டாட்டம், கொடுமையான பணவீக்கம் போன்ற பொருளியல் பொதுச் சிக்கல்கள் இல்லாமலிருந்தது. பொரு ளியல் அமைதி மிகவும் சிறந்த முறையில் நிலவியதால் பொரு ளியல் வல்லுநர்கள் பொருளியலின் நடத்தையைக் கண்காணிப் பதன் தேவை இருப்பதாக உணரவில்லை. பொருளியலின் பொதுவானச் சிக்கல் இன்மையினுல் நாட்டின் சிறிய பாகங் களாகிய தனிநபர் தேவை, தனி நிறுவன நடத்தை, தனி வாணிகத்தின் போக்கு போன்றவைகளின் மீது கவனம் செலுத்துவதையே தங்கள் பணியாகப் பொருளியல் வல்லுநர் கள் கருதினுர்கள்.

ஆனுல் நாளடைவில் இக்கருத்து மாறியது. இருபதாம் நூற்றுண்டில் பொருளியல் வல்லுநர்களின் கருத்து மாறுபட்டது. நாளடைவில் அரசு மக்களின் பொருளியல் நடவடிக்கைகளைக் கட்டுப்படுத்தவும், கண்காணிக்கவும் எண்ணியது. மேலும் மேலும் பொதுத்துறை (public sector) விரிவாக்கப்பட்டது. தொழில் மயமாக்கலும் (industrialisation), பெருத்த உற்பத்தியும் (mass production) அரசின் கவனத்தைத் திசைத்திருப்பியது. பொருளியல் நடவடிக்கைகளை ஒழுங்குபடுத்தவும், வளர்ந்து வரும் புதுமைப் பொருளியல் வாழ்வினைக் கருத்தில் கொண்டும் அரசு பொருளியல் நடவடிக்கைகளில் தங்கள் கவனத்தைச் செலுத்த முற்பட்டது. எனவே பேரியல் பொருளியல் என்பது தற்காலத் தோற்றமே எனலாம். குறிப்பாக 1936இல் வெளி வந்த 'வேலை, வட்டியும் பணமும் பற்றிய பொதுக்கோட்பாடு' என்ற கீன்ச் (Keynes) எழுதிய நூலுக்குப் பின்னர் தோன்றிய கருத்தே பேரியல் பொருளியல் எனலாம். (The General Theory of Employment, Interest and Money'—Keynes) இந் நூலினை வெளியிட்டுப் பேரியல் பொருளியல் என்ற கருத்தை

வெளிக்கொணர்ந்த பெருமையினால் 'புதுமைப் பேரியல் பொருளியலின் தந்தை' என்ற பட்டத்தைக் கீன்ச் பெறுகிறார். ('father of modern macro-economics')

நுண்ணியல் பொருளியலின் குறைகள்

நுண்ணியல் பொருளியல் வாழ்க்கைக்கு மிகவும் இன்றியமையாததாகத் தோன்றினாலும் இம்முறையில் சில குறைகள் காணப்படுகின்றன. முதலில் இம்முறை பொருளியலின் சரியான, முறையான பணியினை வெளிப்படுத்தவில்லை என்பதாகும். ஏனெனில், பொருளியலின் முழுபாகத்தினையும் ஆய்வதற்குப் பதிலாக ஒரு குறிப்பிட்ட சிறு அங்கத்தை மட்டுமே ஆய்கிறது. பொருளியல் முறையின் முழு அளவையும் வெளிப்படுத்தவில்லை. பொருளியலின் ஒரு சிறிய அங்கத்திலிருந்து கிடைக்கும் முடிவுகளிலிருந்து பெறும் விளைவுகளை முழுபொருளியலுக்கும் பொருத்த முடியாது. எடுத்துக்காட்டாகக் கூலியைக் குறைப்பதை எடுத்துக்கொள்வோம். ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தில் கூலியைக் குறைத்தால், அந்நிறுவனம் உற்பத்தி செய்யும் பொருளின் தேவை உயரும். கூலியைக் குறைத்தால் அப்பொருளின் உற்பத்திச் செலவு குறையும். உற்பத்திச் செலவு குறைந்தால் அப்பொருளின் விலை குறையும். பொருளின் விலை குறையும்பொழுது அப்பொருளின் தேவை உயரும். எனவே, ஒரு தனி நிறுவனத்தில் கூலி குறைந்தால் அப்பொருளின் தேவை உயருகிறது என்று தெரிகிறது. இக்கருத்தைப் பொருளியலுக்கு மொத்தமாகப் பயன்படுத்த முடியாது. ஒரு பொருளியலின் மொத்தத்தில் கூலியைக் குறைத்தால் தேவை உயரும் என்று கூறமுடியாது. பொருளியலை மொத்தமாக எடுத்துக்கொண்டால் கூலி குறையும்பொழுது மக்களின் மொத்த வருவாய் குறையும். மொத்த வருவாய் குறையும்பொழுது மக்களின் வாங்கும் சக்தி குறையும். வாங்கும் திறன் குறையும் பொழுது பொருளின் தேவை குறையும். எனவே பொருளியலை மொத்தமாக எடுத்துக்கொண்டால் கூலியைக் குறைக்கும் பொழுது அப்பொருளின் தேவையும் குறையும். எனவே பொருளியலின் ஓர் அங்கத்திலிருந்து நாம் பெறும் முடிவினைப் பொருளியலின் மொத்தத்திற்குப் பயன்படுத்த முடியாது என்பது தெரிய வருகிறது. இது நுண்ணியல் பொருளியலின் பெரும் குறையாகும். மேலும் நுண்ணியல் பொருளியல் முழுமையான வேலையளிக்கும் பொருளியலுக்கு மட்டுமே பொருந்தும். ஆனால், முழுமையான வேலையளிக்கும் பொருளியலை (full employment economy) எங்கும் காணமுடியாது. எனவே நடைமுறையில் இருக்கமுடியாத ஒரு நிலைக்குப்

பொருந்தக் கூடியது மட்டுமே என்பதால் நுண்ணியல் பொருளியல் உண்மை வாழ்க்கைக்கும்பொருத்தமற்றது எனலாம்.

பேரியல் பொருளியலின் குறைகள்

தனிநபர் செய்வதனைத்தையும் மக்கள் அனைவரும் செய்வது என்பது கடினம். மேலும் அவ்வாறு மக்கள் அனைவரும் சில செயல்களைச் செய்தால் பொருளியலே பாதிக்கப்படும். எடுத்துக்காட்டாக ஒருவன் தனிப்பட்ட முறையில் சேமிக்கத் தொடங்கினால் பொருளியல் பாதிக்கப்படாது. ஆனால், மக்கள் அனைவரும் சேமிக்கத் தொடங்குவதாகக் கொள்வோம். அதனால் ஏற்படும் விளைவு எண்ண முடியாததொன்றாகிவிடும். சமுதாயத்தில் அனைவரும் சேமிக்கத் தொடங்கினால், மொத்த நுகர்வு குறையும்; மொத்த நுகர்வு குறையும்பொழுது மொத்த வருவாயும் குறையும். இயற்கையாகச் சமுதாயத்தின் சேமிப்புக் குறைவாகத்தான் இருக்கும். எனவே சேமிப்பின் நன்மைப் பற்றிய படிப்பினையைப் பொருளியலின் ஓர் அங்கத்திலிருந்து அறிந்து சமுதாயத்திற்கே பயன்படுத்தினால் தீய விளைவே ஏற்படும். இத்தகைய விபத்தைப் பேரியல் பொருளியல் தவிர்க்க வேண்டும். இதுபோல் சமுதாயத்தில் ஒருவன் தன்னுடைய வங்கிக் கணக்கிலிருந்து வைப்புத் தொகையை எடுப்பதாகக் கொள்வோம். இவ்வாறே சமுதாயத்தில் அனைவரும் வைப்புத் தொகையை எடுக்க முயன்றால் பொருளியலுக்கு ஏற்படும் விளைவு என்ன என்பதை நீங்களே உணரலாம். எனவே மொத்தம் என்பது எண்ணற்ற தனி முடிவுகளிலிருந்து பெறுவதேயாகும். ஒருவன் செய்யும் தவறு மற்றொருவன் செய்வதால் சரி செய்யப்படும். ஆனால், மொத்தத்தின் அடிப்படையில் ஏற்படும் தவறுகள் ஊறுகளையே விளைவிக்கும்.

பேரியல் பொருளியலில் பல குறைகள் இருப்பினும் பொருளியல் கொள்கையைப் பொருத்த வகையில் இது சிறப்பானதாகக் கருதப்படுகிறது. ஏனெனில், அரசின் பொருளியல் கொள்கைகள் தனிப்பட்டவருடைய விளைவுகளைப் பொருத்தது அல்ல; அனைத்து நபர்களின் விளைவுகளையும் பொருத்தது. டின்பர்கன் (Tinbergen) என்னும் பொருளியல் வல்லுநர் கூறியுள்ளபடி 'பேரியல் பொருளியல் பற்றியே செயல்படுவது புதுமைப் பொருளியல் வல்லுநர்களின் இன்றியமையாத தேவையாகும். ஏனெனில் தற்காலத்தில் ஏற்படும் பெரிய சிக்கல்களுக்கு வழிகாட்டுவதில் பங்கு கொள்ளும் பொருளியல் வல்லுநர்கள் அனைவருக்கும் இது இன்றியமையாததொன்றாகும்'
(Tinbergen— 'Working with macro economic concepts is a bare

necessity for the modern theorist who wishes to contribute to the solutions of the great problems of our times')

பேரியல் பொருளியல் எவ்வாறு சிக்கலான சமுதாய பொருளியல் முறை செயல்படுகிறது என்பதை விளக்குகிறது. பொருளியல் உலகைப் பற்றி ஒரு மேலெழுந்த வாரியான கருத்தைப் பேரியல் பொருளியல் நமக்கு அளிக்கிறது. தனிநபர் பொருளியல் நடவடிக்கையை வைத்துக்கொண்டு பெரிய சிக்கலான பொருளியல் முறைமையை விளக்குவது எளிதன்று. ஓர் அரசு தனிப்பட்ட நிறுவனத்தின் விலை மற்றும் உற்பத்திக் கொள்கைகளைக் கட்டுப்படுத்தவும் கண்காணிக்கவும் இயலாது. ஆனால், ஓர் அரசு விலை மற்றும் உற்பத்தி சம்பந்தமான பொதுவான கொள்கைகளையும், மொத்த உற்பத்தி, மொத்த வாணிகம் முதலியவைகளைக் கட்டுப்படுத்தவும் கண்காணிக்கவும் இயலும்.

நுண்ணியல் பொருளியலும், பேரியல் பொருளியலும் ஒன்றுக்கொன்று சார்ந்ததே

பொருளியலின் மொத்தமான ஆய்வையும், தனியொரு நிறுவனத்தின் நடத்தையைப் பற்றிய ஆய்வையும் பெருத்த அளவில் புதுமைப் பொருளியல் கோட்பாடு ஒன்று சேர்க்கிறது என்ற கருத்தில் பொருளியல் வல்லுநர் 'குரிகாரா' (Kurihara) கூறுகிறார். ('Modern economic theory integrates, in varying proportions, an analysis of the economy as a whole and an analysis of the behaviour of the individual firm"—Kurihara) எனவே, நுண்ணியல் பொருளியலும் பேரியல் பொருளியலும் ஒன்றுக்கொன்று போட்டியிடுவன அல்ல. இவையிரண்டும் தனித்தனி என்றும், வேறுபட்டனவென்றும், தொடர்பற்றவை என்று சிலர் எண்ணலாம். உண்மையில் ஒரு முறையின்றி மற்றொரு முறை முழுமையாக ஆகாது.

இதை ஓர் எடுத்துக்காட்டின் வாயிலாக விளக்கலாம். ஒரு நிறுவனம் கொடுக்கும் கூலி எதைப் பொறுத்தது. இது நுண்ணியல் பொருளியலைச் சார்ந்த வினா என்று எண்ணலாம். ஆனால், உண்மையில் ஒரு நிறுவனம் கொடுக்கக்கூடிய கூலி பேரியல் பொருளியலைச் சார்ந்தது. கூலியை நிருணயிக்கும் பொழுது அந்த நிறுவனத்தில் உள்ள உழைப்பாளரின் தேவையைப் பொருத்து கணக்கிடுவதில்லை. பொருளியல் மொத்த உழைப்பாளரின் எண்ணிக்கையைப் பொருத்தும், மற்ற நிறுவனங்களில் அளிக்கப்படும் கூலியைப் பொருத்தும் இந்த நிறுவனத்தின் கூலி கணக்கிடப்படும். எனவே, இவ்விரு

முறைகளும் ஒன்றையொன்று சார்ந்தது எனலாம். நுண்ணியல் பொருளியல் அழியக் கூடியத் தனி மனிதனைப் பற்றி ஆய்கிறது என்றும், பேரியல் பொருளியல் அழிவற்ற மொத்தப் பொருளியலைப் பற்றி ஆய்கிறது என்று கூறுவதும் தவறாகும். பேரரசு உயருவதும், கவிழ்வதும் தனி மனிதனின் அழிவு போன்றே ஏற்படுவது கிரேக்க, உரோமானிய, இந்துவெளி நாகரிகங்களிலிருந்து சரித்திர வாயிலாக நாம் அறிவோம். எப்படி நோக்கினும் நுண்ணியல் பொருளியலும், பேரியல் பொருளியலும் ஒன்றுக்கொன்று போட்டியிடுவன அல்ல; ஒன்றுக்கொன்று சார்ந்ததே என்பதை நாம் அறியலாம்.

3. பொருளாதார அமைப்புகள்
(Economic Systems)

பொருளாதாரம் அல்லது பொருளாதார அமைப்பு என்பது ஒரு சமுதாயத்தின் பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் அமைப்பைப் பற்றியது. நுகர்வு, உற்பத்தி இவைகளின் வழியைப் பற்றியும் பகிர்வு, மாற்று இவைகளின் முறையைப் பற்றியும் பொருளாதார அமைப்புக் குறிக்கிறது. பொருளாதார அமைப்பின் ஒரு பகுதி அரசாங்கம் முழுமையாகச் சமுதாயத்தின் பொருளாதார நடவடிக்கைகளைக் கட்டுப்படுத்துவதாகவும், மறுபகுதி பொருளாதார நடவடிக்கையில் அரசு ஒரு சிறிதளவு கட்டுப்பாடாவது செலுத்துகிறது. இவ்விரு முனைகளுக்கிடையே கலப்புப் பொருளாதாரம் (Mixed Economy) என்ற அமைப்பும் நிலவி வருகிறது. பொருளாதார அமைப்புகளைப் பொதுவாக முதலாளித்துவப் பொருளாதாரம் (Capitalistic Economy) என்றும்; சமவுடமைப் பொருளாதாரம் (Socialistic Economy) என்றும்; பொதுவுடமைப் பொருளாதாரம் (Communistic Economy) என்றும்; கலப்புப் பொருளாதாரம் (Mixed Economy) என்றும் பிரிக்கலாம். பல ஐரோப்பிய நாடுகளும், அமெரிக்கா போன்ற நாடுகளும் முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தின் அடிப்படையில் செயல்படுகிறது. இந்தியாவில் சமவுடமைப் பொருளாதாரத்தின் அடிப்படையில் பொருளாதாரத்தை அமைக்க முயன்று கொண்டிருக்கிறோம். இப்பொழுது கலப்புப் பொருளாதாரம் இந்தியாவில் நிலவி வருகிறது. உருசியா போன்ற நாடுகளில் சமவுடமைப் பொருளாதாரமே நிலவி வருகிறது.

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரம்

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரம் என்பது முறையாக இலாபத்தைப் பெறும் நோக்கத்தோடு இயங்கும் பொருளாதாரத்தைக் குறிக்கிறது. எனவே, இலாப நோக்கையே ஆதிக்கம் செலுத்தும்படியான பொருளாதார நடவடிக்கை முறையே முதலாளித்துவப் பொருளாதாரம் எனப்படும். நிலம், உழைப்பு, முதல், அமைப்பு ஆகிய உற்பத்திக் காரணிகளைத்

தனியார் உரிமையாளராகவும் நிருவகித்தும் செயல்படும் பொருளாதாரத்தையே முதலாளித்துவப் பொருளாதாரம் என்கிறோம். தனியாருடைய இலாபத்திற்காகவும், தனியாருடைய ஊக்கத்திற்காகவும் உற்பத்தி இப்பொருளாதாரத்தில் நடைபெறுகிறது. தங்களுடைய நலனுக்காகவும், இலாபத்திற்காகவும் உற்பத்திக் காரணிகளை அவைகளை வைத்திருப்போர் பயன்படுத்தலாம். இலாப நோக்கே முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் ஊக்கச் சக்தியை அளிக்கிறது. உற்பத்திக் காரணிகளைப் பயன்படுத்தும்பொழுதும், தொழில் நடத்தும் பொழுதும் அல்லது எந்தப் பொருளாதார நடவடிக்கையிலும் அரசு தலையிடாது. இத்தகைய சிறப்பியல்புகளைக் கொண்டது முதலாளித்துவப் பொருளாதாரம் ஆகும்.

1. தனியார் சொத்து (Private property)

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் ஒவ்வொருவரும் தனியாகச் சொத்தை வைத்திருக்கும் உரிமையும், அனுபவிக்கும் உரிமையும், பிறருக்கு மாற்றிக் கொடுக்கும் உரிமையும் பெறுகிறார். தன் விருப்பப்படி பொருளையோ சொத்தையோ வைத்திருப்பவர்கள் விற்றுவிடலாம்; அல்லது பயன்படுத்தலாம்; அல்லது வாடகைக்கு விடலாம். இச் சிறப்பியல்பு முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் இருப்பதால் சமுதாயத்திலுள்ள மக்கள் 'உரிமையாளர்' என்றும் 'உரிமையற்றவர்' என்றும் 'உடையவர், உடைமையற்றவர்' (haves and have nots) என்றும் பிரிக்கப்படுகிறார்கள். அச்சொத்தின் உரிமையாளர் அச்சொத்திலிருந்து வருவாயைப் பெறுகிறார்; உரிமையற்றவர் அச்சொத்தின்மீது உழைத்துக் கூலியைப் பெறுகிறார். இவ்வாறு மக்களை இரு கூறுகளாகப் பிரிப்பதால் இரு பிரிவினருக்கும் அடிக்கடி தகராறுகளும், பிரிவுப் பிரச்சினைகளும் முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் காணலாம். இத்தகைய அமைப்பில் அச்சொத்தின்மீது உடையவருக்கு ஊக்கமும், மனமகிழ்ச்சியும், நேரிடையான கவனமும், பெருமிதமும் இருக்கும். தனியார் சொத்தின் மந்திரம் மண்ணைப் பொன்னாக மாற்றுவது ('The magic of private property turns sand into gold') என்று கூறுவது போல அவர் தன்னுடைய உரிமையானச் சொத்தின்மீது முழு கவனம் செலுத்தி சிறந்த உற்பத்தி முறைகளைக் கையாண்டு உற்பத்தியைப் பெருக்குவார்.

2. தொழில் சுதந்திரம் (Freedom of enterprise)

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் ஒருவர் தன் விருப்பப்படி எந்தப் பொருளாதார நடவடிக்கையிலும் ஈடுபடலாம்.

தனக்கு இலாபம் கிடைக்கும் என்று நினைக்கும் எத்தொழிலில் வேண்டுமாயினும் செய்யலாம். அது போன்றே தொழிலாளர் எத்தொழிலை வேண்டுமாயினும் செய்யலாம். எவரிடம் வேண்டுமாயினும் எவ்வகை வேலையையும் எந்த இடத்திலும் ஒரு தொழிலாளர் செய்யலாம்.

3. *தனியார் ஊக்கமும், இலாப நோக்கும்* (Individual initiative and Profit Motive)

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரம் இலாப நோக்கையும் தனியார் ஊக்கத்தையும் அடிப்படையாகக் கொண்டது. தன்னுடைய இலாப நோக்கமே குறியாக இருக்கும்பொழுது சமுதாயத்தின் முன்னேற்றத்தையோ, நலனையோ, அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியினருடைய நலனையோ இங்குக் கவனிக்கப் படுவதில்லை. அவர்களுடைய கவனம் முழுவதும் உற்பத்திச் செலவிலும், பொருள்களின் பிற்கால விலைகளிலுமே செலுத்தப் படுகிறது. இலாபத்தின் தூண்டுதலாலேயே இங்கு உற்பத்தி நடவடிக்கைப் பெருக்கப்படுகிறது. இந்த இலாப நோக்கின் விளைவாகத் தனியார் ஊக்கம் பெருகுகிறது. பொருளாதார நடவடிக்கையின் ஒவ்வொரு பகுதியும் முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் தனியார் ஊக்கம் நிலவுகிறது.

4. *நுகர்வோர் தேர்வில் சுதந்திரம்* (Freedom of choice by Consumers)

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் மக்கள் வருவாயை எப்படி வேண்டுமாயினும் ஈட்டலாம் என்பதுபோல் மக்கள் தங்கள் வருவாயை எப்படி வேண்டுமாயினும் செலவிடும் உரிமையும் உண்டு. தங்கள் வருவாய் அனைத்துமோ அல்லது ஒரு பகுதியையோ செலவிடலாம் அல்லது சேமிக்கலாம். அது போன்றே தங்கள் வருவாயை எப்பொருள்மீதும் செலவிடலாம்; அல்லது எந்த முதலீட்டையும் செய்யலாம்.

5. *விலை நிருணயப் பணி*

ஒவ்வொரு பொருளாதார முறையிலும் என்ன உற்பத்திச் செய்வது; எப்படிச் செய்வது போன்ற பொருளாதாரச் சிக்கல்கள் இருக்கின்றன. பொருள்களின் சந்தையோ அல்லது விலை நிருணய முறையோ முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் இச்சிக்கல்களைச் சரிசெய்ய தனியாருக்கு உதவுகிறது. பொதுவான பொருளாதாரத் திட்டம் இல்லாதிருப்பதே இம்முறையின் சிறப்பியல்பாகும். இப்பொருளாதாரம் திட்டமிடப்படாததும்,

ஒருங்கிணைக்கப்படாததும் தனியார்களின் சுதந்திரத்தையும் கொண்ட முறையாகும். பொருளாதார நடவடிக்கைகளை யாரும் கட்டுப்படுத்தமுடியாது; அனைத்தும் தாமாகவே நடக்கக் கூடியன. நுகர்வோர் எந்தப் பொருளை வாங்குவது எவ்வளவு வாங்குவது என்பதை முடிவு செய்வது விலையின் நிலையேயாகும். உற்பத்தியாளர் எப்பொருளை உற்பத்திச் செய்வது, எவ்வளவு உற்பத்திச் செய்வது என்பனவைகளை இதுவே நிருணயிக்கிறது. எனவேதான் முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தை 'விலை அரசு' எனலாம். ('the government by price)

6. நிறைவுப்போட்டி (Perfect Competition)

முதலாளித்துவத்தின் இன்றியமையாத சிறப்பியல்பு நிறைவுப் போட்டியாகும். தொழில் நடத்துவது போன்ற அனைத்துப் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் அனைத்தையும் அனைவரும் செய்யலாம். எனவே ஒருவரோடு ஒருவர் தொழில் நடத்துவதில் போட்டியிடுவார்கள். விற்பனையர் அனைவரும் தங்கள் பொருள்களை விற்பதில் போட்டியிடுவர்; உழைப்பாளிகள் பேட்டியிடுவர்; உற்பத்தியாளர் உற்பத்திக் காரணிகளைப் பெற போட்டியிடுவர். இவ்வாறு முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் போட்டி மிகுந்து காணப்படுகிறது. நிறைவுப் போட்டியிருப்பதால் இலாபத்தின் அளவு மிகவும் குறைவாகயிருக்கும்; முறையான இலாபமே நிலவும்.

7. பணத்தின் பணி (The Role of Money)

தொன்மைக் காலத்தில் பொருள்களின் மாற்று நேரிடையாகவும் (direct) பண்டமாற்று முறையிலும் (barter) நடந்து வந்தது. ஆனால், பணத்தின் கண்டுபிடிப்பதனால் பொருள்களின் மாற்றுதல் மறைமுகமாக (indirect) நடைபெறுகிறது. விற்பனையாளர் பணத்தைப் பெற்றுக் கொண்டு பொருள்களை விற்பார்; நுகர்வோர் பணத்தைக் கொடுத்துப் பொருள்களைப் பெறுவார். பணம் இல்லாவிடில் முதலாளித்துவப் பொருளாதாரம் செயல்பட முடியாது. வேலைப்பாகுபாடு முறையில் உழைப்பாளி செய்யும் ஒரு பகுதி வேலைகளுக்குப் பொருள்களின் மூலமாக ஊதியம் அளிக்க முடியாது. பணத்தின் மூலமாகத்தான் அவர்களின் வேலைகளுக்கு ஈடு செய்ய முடியும்.

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தின் நன்மைகள்

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் தனியார் ஊக்கம் இருப்பதால் உற்பத்தியை ஒழுங்குபடுத்துவதன் வாயிலாகவும் உற்பத்தி முறைகளில் முன்னேற்றங்களைச் செய்வதன் வாயி

லாகவும் செல்வத்தை அதிக அளவில் உயர்த்த முடியும். இப்பொருளாதாரத்தில் உற்பத்தியில் திறமையும், உற்பத்திச் செலவில் குறைவும் கிடைக்கிறது. உற்பத்தியின் பெருக்கத் தால் மக்களின் வாழ்க்கைத்தரம் பெருத்த அளவில் முன்னேறும். நிறைவுப் போட்டியிருப்பதால் நுகர்வோரும் மிகச் சிறந்த பொருள்களைப் பெற முடியும்.

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தின் குறைகள் (Defects)

முன்னேற்றமடைந்த மேலை நாடுகளில் முதலாளித்துவப் பொருளாதாரம் பொதுவான முறையாக உள்ளது. இருப் பினும் இந்த அமைப்பிலும் சில குறைகள் உள்ளன. இக் குறைகளினால் இந்த அமைப்பு வீணானது என்றும்; திறமை யற்றது என்றும்; நியாயமற்றது என்றும் குற்றம் சாட்டப்படு கிறது. அவைகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம்:

1. சமனற்ற வருவாய்கள் (Ineruality of Incomes)

நாட்டின் செல்வத்தையும், வருவாயையும் சமமில்லாத முறையில் பகிர்வு செய்கிறது. தடையில்லாத தொழில் சுதந்திரம், தனியார் சொத்து போன்ற காரணிகளே இக் குறைக்குக் காரணங்களாகும். செல்வந்தர் மேலும் செல்வத் தைப் பெருக்கவும்; ஏழை மேலும் ஏழ்மை நிலையை அடையவும் இம்முறை வழிவகை செய்வதால் 'இருப்போர் இல்லாதோர்' (haves and have-nots) என்ற நிலைக்குத் தள்ளுகிறது. நிறை வின் இடையே ஏழ்மையும் (poverty in the midst of plenty) ஏற்பட இந்த அமைப்புக் காரணமாக உள்ளது. இந்த முறையில் செல்வந்தர் மட்டும் தங்களின் செல்வச் செருக்கினால் ஏழை களைக் கட்டுப்படுத்தவும் இது வழி வகுக்கிறது. எனவே பொரு ளாதார ரீதியிலேயும், (economically); சமுதாய ரீதியிலும் (socially); அரசியல் ரீதியிலும் (politically) இம்முறை குறை பாடுடையதாக விளங்குகிறது. செல்வந்தர்களின் மீது விதிக் கும் வரியை உயர்த்துவதன் வாயிலாகவும்; குறைந்த வருவாய் பெறும் மக்களுக்கு நலச்சேவைகளைப் பெருக்குவதன் வாயிலாக வும் இந்தச் சமனற்ற வருவாய்க் குறையை நீக்கலாம்.

2. திறமையற்ற உற்பத்தி (Inefficient Production)

உற்பத்தியாளர் பொருள்களை உற்பத்திச் செய்வது சமு தாயத்தில் சிறந்த பொருள்களைக் கொடுப்பதற்கல்ல; தங்க ளுடைய இலாபத்தைப் பெருக்குவதற்கேயாகும். எனவே உற்பத்தித் திறமையற்றதாகவும், பொருள்கள் கீழ்த்தரமாகவும் இருக்கும். இக்கருத்தையே பிராங்க் ஒப்பன்ஏமர் (Frank

oppenheimer) வலியுறுத்திக் கூறியுள்ளார். ('In a capitalistic economy, production is carried on not for the purpose of increasing commodity supply but for the purpose of increasing entrepreneurial wealth: Not the highest product for social economy is the final aim of production'—Frank Oppenheimer).

3. வேலையின்மை (Unemployment)

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் முழு வேலையைக் கொடுக்க முடியாது. வேலை செய்ய விரும்பும் அனைவருக்கும் இங்கு வேலை கொடுக்க முடியவில்லை; நாட்டின் செல்வங்கள் முழுதும் பயன்படுத்தப்படாமல் வீணடிக்கப்பட்டும், அதன் விளைவாய் நாட்டு வருவாய்க் கீழ்நிலையில் வைக்கப்பட்டும் இருக்கின்றன. திட்டமில்லாமல் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் நடப்பதால் வேலையின்மை நிலவக் காரணமாக உள்ளது.

4. முற்றுரிமை நிலவுகிறது (Existence of Monopoly)

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தின் மிகப்பெரிய குறை முற்றுரிமையேயாகும். இலாப நோக்கையே அடிப்படையாகக் கொண்டதும்; போட்டியின் சிக்கலினுலும் முன்னேறிய தொழில் நுட்பமும், பேரளவு உற்பத்தியும் இயல்பாகவே முற்றுரிமையை நாடிச் செல்லும். எனவே முற்றுரிமையில் உள்ள குறைகள் அனைத்தும் இந்த அமைப்பில் காணப்படும்.

ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட முதலாளித்துவம் (Regulated Capitalism)

முதலாளித்துவத்தில் உள்ள குறைகளை நீக்கும் பொருட்டு அரசு பலவித ஒழுங்குச் சட்டங்களைக் கொண்டு வந்துள்ளது. நிதிக்கொள்கை (fiscal policy); நேரிடையானக் கட்டுப்பாடுகள் (direct controls) போன்ற நடவடிக்கைகளின் வாயிலாக முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தின் மீது கட்டுப்பாடுகளைக் கொண்டு வந்துள்ளது. இத்தகைய பொருளாதாரத்தையே ஒழுங்கு படுத்தப்பட்ட முதலாளித்துவம் (Regulated Capitalism) என்கிருேம்.

சமவுடமை (Socialism)

சம உடமை என்ற செல்லின் பொருள் என்னவென்பதில் பொருளியலில் வல்லுநர்களிடையே மாறுபட்ட கருத்து நிலவி வருகிறது. முதலாளித்துவத்தின் குறைகளைப் போக்குவதற்காக ஏற்பட்டதே சம உடமையாகும். சம உடமைக் கொள்கை

களின் தோற்றம் பிரஞ்சு சிந்தனையாளரான காரல் மார்க்சைச் (Karl Marx) சாரும். இச் சொல்லுக்குப் பல பொருளியல் வல்லுநர்கள் பலவித விளக்கங்களைக் கொடுத்துள்ளார்கள். சம உடமையிலேயே பலவிதமான உட்பிரிவுகள் உள்ளன. அவை களை மார்க்சின் சம உடமை (Marxian Socialism) என்றும்; கிறித்தவ சம உடமை (Christian Socialism) என்றும்; கில்டு சம உடமை (Guild Socialism) என்றும் பலவகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

'ஒரு பொதுத்திட்டத்தின் அடிப்படையில், சமுதாயம் உற்பத்திக் காரணிகளைச் சொந்தமாக வைத்துக் கொண்டிருக் கும் பொருளாதார அமைப்பினைச் சம உடமை என்றும்; சம உரிமையின் அடிப்படையில் இவ்வாறான திட்டமிடப்பட்ட சம உடமை உற்பத்தியின் நன்மைகளை அனைவரும் பிரித்துக் கொள்ளும் அமைப்பைச் சம உடமை' என்று டிக்கின்சன் (H. D. Dickinson) என்னும் வல்லுநர் கூறியுள்ளார்.

('Socialism is an economic organisation of society in which the material means of are owned by the whole community according to a general economic plan, all members being entitled to a general economic plan, all members being entitled to benefit from the results of such socialised planned production on the basis of equal rights'— H. D. Dickinson)

சம உடமையின் சிறப்பியல்புகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம்.

சேர்த்த உடமை (Collective Ownership)

1. உற்பத்திக் காரணிகள் அனைத்தும் சமுதாயத்திற்குச் சொந்தம் என்பதே சம உடமையின் சிறப்பியல்பாகும். இங்கு வளங்கள் அனைத்தும் சமுதாய அல்லது பொருளாதார நோக்கங் களுக்குச் செலவிடப்படும். இந்த வளங்களை நல்ல முறையில் நிருவகிக்க அரசு தகுந்த திட்டங்களை !வகுக்கும். இத் தகைய வளங்களை அரசு நேரிடையாக நிருவகிக்கலாம் அல்லது இவற்றிற்கெனத் தனியாக ஏற்படுத்தப்பட்ட கழகங்கள் (Corporations) வாயிலாக நிருவகிக்கலாம். இங்கும் சிறிய அளவுகளில் தனியார் துறையும் இருக்கும். ஆனல், அவைகள் அவ்வளவு சிறப்பான பங்கை ஏற்காது.

2. சம உடமையில் கண்மூடித்தனமாகவும், பகுத்தறிவின்றி யும், குறியின்றியும் பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுவ

தில்லை. சமுதாய நோக்கோடு, திட்டமிட்ட வகையில் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் செயல்படுத்தப்படுகின்றன. இதனால் வாழ்க்கைத்தரமும் விரைவில் உயரும்.

3. பொருள்கள் இலாப நோக்குடன் உற்பத்தி செய்யப்படுவதில்லை. சமுதாயத்திற்குத் தேவையான பொருள்கள் எவை என்று ஆய்ந்து பொருள்களை உற்பத்தி செய்கிறார்கள். தேவையான அளவுக்கு ஏற்றாற் போலும், தேவைப்படும் பொருள்களை மட்டுமே உற்பத்தி செய்கிறார்கள். இலாப நோக்கைத் தவிர்த்துச் சமுதாய நலன் கருதியே சம உடைமைப் பொருளாதாரத்தில் பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன.

4. நாட்டு வருவாய் மக்களிடையே சமமாகப் பிரிக்கப்படுகின்றன. 'இருப்போர் இல்லாதோர்' என்பதற்கு இங்கு இடமில்லை. செல்வந்தர், ஏழை என்று மக்கள் இருபெரும் பிரிவுகளாகச் சம உடைமைப் பொருளாதாரத்தில் பிரிக்க முடியாது.

5. சம உடைமைப் பொருளாதாரத்தில் அனைவருக்கும் பொருளாதாரச் சுதந்திரம் (economic freedom) கிடைக்கிறது. நுகர்வோர் பொருள்களைத் தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமையும், மக்கள் தங்கள் வேலையைத் தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமையும் உண்டு. இங்கும் நுகர்வோரின் தேர்வுக்கு ஏற்ப மையத் திட்ட அமைப்பு உற்பத்தியின் இயல்பையும் பொருள்களையும் முடிவு செய்ய வேண்டும். அது போன்றே தொழிலாளரும் ஒரு வேலையை விட்டு மறு வேலையிலும், ஓர் இடத்திலிருந்து மறு இடத்திற்கும் தன் விருப்பப்படி இடம் பெயரலாம்.

குறைகள்

1. போக்குவரவு, மின்வசதி போன்ற பணிகளில் அரசு திறமையாக நிருவகிக்கின்றது என்றபொழுதிலும், மக்களுடைய நன்மைக்காக அரசுத் திட்டங்களைத் தீட்ட முடியும் என்ற பொழுதிலும், அரசு நேர்மையான, திறமையான முறையில் திட்டமிடும் என்று கூறமுடியாது. சில சிக்கல்களை விரைவில் தீர்க்க வேண்டியிருக்கும். எனவே, குழப்பமான முடிவுகளையும் அவசரநிலையில் எடுக்கவேண்டியிருக்கும்.

2. திறமைத் தேர்ச்சியின் இழப்புச் சமவுடைமைப் பொருளாதாரத்தின் மற்றொரு குறையாகும். பொதுவாகத் தனியார் தொழிலில் ஈடுபடுத்தும் திறமையைக் காட்டிலும் அரசு

அலுவலர்கள் திறமையாகச் செயல்பட முடியாது என்பது சில வல்லுநர்கள் இந்த அமைப்புக்கு வழங்கும் குற்றச்சாட்டாகும்.

3. தனியார் தொழில் சுதந்திரம் இந்த அமைப்பில் கட்டுப் படுத்தப்பட்டுள்ளது. எனவே, சம உடமை நாடுகளில் மொத்த உற்பத்தியும், உற்பத்தித் திறனும் குறைந்து காணப்படும்.

4. சமவுடமை நாடுகளில் சிலவற்றில் ஒருவகை சர்வாதி காரம் நிலவுவதைக் காணலாம். இந்நாடுகளின் தலைவர்கள் பொருளாதார நடவடிக்கைகளைக் கட்டுப்படுத்தியும், செயல் படுத்தியும் வருவார்கள். இத்தகையத் தலைவர்கள் பொரு ளியல் வல்லுநர்களாக இருக்கவேண்டியதில்லை. பொருளியல் வல்லுநர்கள் கொடுக்கும் அறிவுரைகளைக் கேட்டுக் கொள்ள வேண்டுமென்பதில்லை. இத்தகைய வல்லுநர் அல்லாதத் தலைவர்களால் நாட்டின் பொருளாதாரமே சீர்குலையும்.

5. முதலாளித்துவ நாடுகளில் தொழில் முனைவோரின் ஊக்கம் இலாபத்தைப் பொருத்தது. எனவே, அதிக இலாபம் பெறவேண்டிய நோக்கத்தோடு அதிக ஆர்வமும் ஊக்கமும் செலுத்துவார்கள். அதனால் பொருளாதார முன்னேற்றம் பெருகும். ஆனால், சம உடமைப் பொருளாதார நாடுகளில் அரசு ஊழியர்களே தொழிலில் ஈடுபடுவார்கள். அவர்களுடைய ஊதியம் முன்கூட்டியே முடிவு செய்யப்படுவதனால் அவர்கள் தொழிலில் பொதுவாக அதிக ஊக்கம் செலுத்தமாட்டார்கள் என்று சில பொருளியல் வல்லுநர்கள் கருதுகின்றனர்.

வகைகள்

இங்கிலாந்தில் பேபியன் சமஉடமை (Fabian Socialism) நடைமுறையில் இருந்து வருகிறது. இம்முறையில் சட்டபூர்வ மாகப் பல நிலைகளில் தொழிற்சாலைகள் நாட்டுடமையாக்கப் பட்டு வருகின்றன. அதுபோல் பிரஞ்சு நாட்டில் சின்டிகேலிசம் (Syndicalism) என்ற அமைப்பு நிலவிவருகிறது. இம்முறையில் தொழிலாளிகள் கூட்டாக ஒரு தொழிலை நிருவகிக்கும் சமுதாய அமைப்பைப் பிரஞ்சு நாட்டில் சின்டிகேலிசம் என்று அழைக் கிறார்கள். அது போன்றே தொழிலாளர்கள், மேலாளர்கள் (managers) ; தொழில்நுட்ப வல்லுநர்களும் ஒருங்கிணைந்த அமைப்புத் தொழில் நிறுவனங்களை நிருவகிப்பதையே கில்ட் சம உடமை (Guild Socialism) என்று கூறப்படும். இதில் அரசு சட்டம் இயற்றுவதும் பாதுகாப்பதும் ஆகிய இரண்டு பணிகளை மட்டும் செய்கிறது.

பொதுவுடமை (Communism)

சமவுடமைப் பொருளாதாரத்திற்கு நேர்மாறானது பொது வுடமையாகும். இம்முறையில் புரட்சிக்குப் பின்னரே ஒரு சமுதாயம் அமைக்கப்படும். இம்முறையில் அரசுக்கே இட மில்லை. நாட்டிலுள்ள பொருள்கள் அனைத்தும் பொதுவுடமை யாகயிருக்கும். பொதுவுடமையில் அரசுக்கு இடமில்லை; வகுப்பு வேறுபாடுகள் மறைந்துவிடும். எனவே, இம்முறையில் அரசு இல்லாத சமுதாயமேயிருக்கும். அவரவர் தகுதிக்குத் தக்கவாறு உற்பத்தி செய்யவேண்டும்; அது போன்றே அவரவர் தேவைக்கேற்றபடி ஒவ்வொருவருக்கும் கிடைக்கும் என்ற பொருளின் அடிப்படையில் இந்த அமைப்பில் உற்பத்தி யும் பகிர்வும் அமையும். ('from each according to his ability, to each according to his needs.')

இந்த அமைப்பில் கீழ்க்கண்ட நன்மைகள் உள்ளன. சமுதாய நலனைப் பெருக்கும் பொருட்டுச் செல்வத்திலும் வருவாயிலும் உள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகளை இந்த அமைப்புக் குறைக் கிறது. இது போட்டியைத் தவிர்க்கிறது. வாணிபச் சூழல் களைத் தவிர்ப்பதன் வாயிலாக வேலையின்மையையும், மந்த நிலையையும் (Depression) நீக்குகிறது. சமுதாயத்தின் தேவை களுக்கு ஏற்ப வளங்களைப் பகிர்ந்தளிப்பதன் வாயிலாக முறை யான பகிர்வைச் செய்யமுடியும்.

குறைபாடுகள் (Defects)

இம்முறை சிறப்பாகத் தோன்றினும் சில குறைபாடுகள் இருப்பதைக் காணலாம். தனியார் சுதந்திரம் இல்லாமையால் அவர்கள் ஊக்கத்தை இழந்து விடுவார்கள். தனியார் சொத்து இல்லாமையாலும் இலாப நோக்கு இல்லாமையாலும் உற்பத்தி நடவடிக்கைகள் அழிந்துவிடும்.

கலப்புப் பொருளாதாரம் (Mixed Economy)

மாறிவரும் காலப்போக்கில் மனிதனின் தேவைகளும் விருப்பங்களும் பெருகிக் கொண்டேயிருக்கும் நிலையில் முத லாளித்துவமோ, சமவுடமையோ தனித்து இயங்க முடியாது. புதிய திட்டத்தின் மூலம் நாட்டின் 'பொருளாதார மந்தத்தை'க் கட்டுப்படுத்த நாடு பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் ஈடுபட வேண்டியுள்ளது. அனைத்து நாடுகளும் இன்று கலப்புப் பொரு ளாதாரத்தைக் (Mixed Economy) கையாளத் தொடங்க முயன்று கொண்டிருக்கின்றன. தனியார் தொழில் முறையும், அரசு தொழில் முறையும் கலந்த ஓர் அமைப்பே கலப்புப் பொருளா

தாரம் எனப்படும். கலப்புப் பொருளாதாரக் கொள்கையைப் பரப்பியப் பெருமை பேராசிரியர் கீன்சைச் (Keynes) சாரும். இந்தியாவில் இந்த அமைப்பைப் பின்பற்றுகிறோம். முதலாளித் துவத்திற்கும் சமவுடமைக்கும் இடைப்பட்ட ஓர் அமைப்பைக் கலப்புப் பொருளாதாரம் என்கிறோம்.

தொழில்கள் மூன்று வகைகளாகப் பிரிக்கப்படும்: (1) தொழில்கள் யாவும் அரசே நிருவகிக்கும் முறை; இதற்குப் பொதுத்துறை என்கிறோம்; (2) தனியார் தொழில்; (3) அர சிற்கும் தனியார்க்கும் கலந்த தொழில் முறை. இத்தகைய மூன்று அமைப்புகளும் ஒன்றோடொன்று கலந்து செயல்படு வதற்குக் கலப்புப் பொருளாதாரம் என்று பெயர். முதலாளித் துவம், சமவுடமை ஆகிய இரண்டு அமைப்புகளிலுமுள்ள நற்பண்புகள் அனைத்தும் கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் காண லாம். பின்தங்கிய நாடுகளுக்கு ஏற்றது கலப்புப் பொருளா தாரமேயாகும்.

சமவுடமைப் பொருளாதாரத்தின் குறிக்கோள்களை அடைய கலப்புப் பொருளாதாரமே சிறந்ததாகும். இம்முறையின் நோக்கங்கள் தனிநபரின் நலனும் சமுதாயத்தின் நலனும் பெரு வதேயாகும். கலப்புப் பொருளாதாரத்தை அடைவதற்குத் தனியார் தொழிலும் அரசு தொழிலும் இரண்டும் செயல்படும்.

கலப்புப் பொருளாதாரத்தை அடைவதற்குச் சில முறை களைக் கையாள வேண்டியுள்ளது. இன்றியமையாத அடிப் படைத் தொழில்களை முதலில் நாட்டுடமையாக்கவேண்டும். வரிகளின் வாயிலாகவும், இறப்புக் கட்டணத்தின் (Death duties) வாயிலாகவும், மற்ற வரிகள் வாயிலாகவும் வருவாய்களின் ஏற்றத்தாழ்வுகளைக் குறைக்கவேண்டும். சமுதாயக் காப்பு நடவடிக்கைகளான வேலையின்மை ஈட்டுறிதி, வயதானவர்கள் ஈட்டுறிதி, விபத்து ஈட்டுறிதி போன்றவைகளுக்கு வழிவகை செய்யவேண்டும். பொருளாதார முன்னேற்றங்கள் திட்ட மிட்ட நடவடிக்கைகள் அரசு எடுக்கவேண்டும். இத்தகைய நிலையைப் பெறுவதே கலப்புப் பொருளாதாரம் என்கிறோம்.

நன்மைகள்

சுருங்கக்கூறின் முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்திலும், சமவுடமைப் பொருளாதாரத்திலும் உள்ள நன்மைகள் அனைத் தும் கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் உள்ளது. முதலாளித்துவத் தில் உள்ளது போன்றே திறமையும், உற்பத்திப் பெருக்கமும்,

வாழ்க்கைத்தர முன்னேற்றமும், கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் பெறலாம். அது போன்றே சமவுடமைப் பொருளாதாரத்தில் உள்ள வருவாய்களின் ஏற்றத்தாழ்வுகளை நீக்குகிறது; பொருளாதாரச் சுதந்திரம் போன்ற நன்மைகள் அனைத்தும் கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் காணப்படுகிறது. அது போன்றே முதலாளித்துவம், சமவுடமை இவைகள் இரண்டிலும் உள்ள குறைகளைக் கலப்புப் பொருளாதாரம் நீக்குகிறது.

நம் நாட்டில் 1951ஆம் ஆண்டு முதல் கலப்புப் பொருளாதாரமே நிலவி வருகிறது. பொதுத்துறை (public sector); தனியார் துறை (private sector) என்று இந்தியப் பொருளாதாரம் இரு வகைகளாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளது. இரண்டு அமைப்புகளும் திட்டங்களைப் பொருத்தவரையில் தனித்தனியாகக் கவனிக்கப்படுகின்றன. நிதி ஒதுக்கீடு செய்வதிலும் இரண்டு துறைகளும் தனித்தனியே கவனிக்கப்படுகின்றன. நம் நாட்டில் பொதுத்துறை நாளடைவில் வளர்ந்து வருகின்றது. இரண்டு அமைப்பிலும் உள்ள நன்மைகள் இந்த அமைப்பில் இருப்பதால், இந்தியாவிற்குக் கலப்புப் பொருளாதாரக் கொள்கையே ஏற்றதாகக் கருதப்படுகிறது. நாளடைவில் வருவாய்களின் ஏற்றத்தாழ்வை நீக்கவேண்டும் என்ற எண்ணத்தில் இந்தியப் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் பொதுத் துறையின் அடிப்படையிலேயே அதிகரித்து வருகிறது.

4. தேவை
(Demand)

நடைமுறை பேச்சு வழக்கில் தேவை, விருப்பம், வேட்கை, ஆசை போன்ற சொற்கள் ஏறத்தாழ ஒரு பொருள்படவே பேசப்பட்டு வருகின்றன. என் தேவை ஒரு வண்டி என்றும், என் விருப்பம் ஒரு வீடு என்றும் இவைகள் வேறுபாடின்றி பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஆசைக்கு அளவேயில்லை. அது எவ்வரையறைக்கும் உட்படாது. மனிதனுக்கு ஆசை மட்டும் இருந்தால் போதாது. அதை நிறைவேற்றுவதற்கான வழி வகைகளும் வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக எனக்கு வீடு வேண்டும், வண்டி வேண்டும் எனக் கோருவதையெல்லாம் ஆசை என்றும், வேட்கை என்றும் விருப்பம் என்றும் அழைக்கலாம். ஆனல், இவற்றைத் தேவை என்று பொருளியலில் கூற முடியாது. தேவை என்ற சொல்லை ஆசை, வேட்கை என்ற தவருன பொருளில் பயன்படுத்துகிருேம். 'வெறுங்கை முழம் போடாது' என்ற பழமொழிக்கு இணங்க ஆசையோ அல்லது வேட்கையோ தேவையாகிவிட முடியாது. அதை நிறைவேற்றுவதற்கான திறன் அல்லது வழிவகை ஒருவனிடம் இருந்தால்தான் அப்பொருளின் மீது அவனுக்குத் தேவை ஏற்படும். எனவே 'வாங்கும் சக்தியோடு இணைத்த ஆசைதான் தேவை' என்று கூறலாம். ('Demand is desire backed up by purchasing power') மேலும் ஆசையை நிறைவேற்றுவதற்கான மனிதனின் சக்தியுடன் அப்பொருளைப் பெறுவதனல் ஏற்படும் பண இழப்பை ஏற்றுக்கொள்ள வேண்டும். எனவே தேவை என்று கூற அப்பொருளைப் பெறும் ஆசையும், சக்தியும் அதனல் ஏற்படும் பண இழப்பின் சம்மதமும் வேண்டும்.

பொருளியலில் தேவை என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் தான். விலை குறிப்பிடப்படவில்லையென்ருல் இச் சொல்லுக்குப் பொருளில்லை' என்று பென்காம் கூறுகிருர். ('Demand means always demand at a price, the term has no significance unless a price is stated'—Benham) ஒரு பொருளுக்குத் தேவை என்று கூறும்பொழுது 'ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில், குறிப்பிட்ட விலை

யில் எவ்வளவு தேவையிருக்கும்' என்று காலத்தையும், விலையையும் கருத்தில் கொண்டே தேவையை விளக்க வேண்டும்.

எடுத்துக்காட்டாக ஒரு குடும்பத்திற்கு ஒரு வாரத்திற்கு 4 கிலோ கோதுமை வேண்டும் எனக் கொள்வோம். ஒரு கிலோ ஒரு ரூபாய் என்று கொள்வோம். அந்த விலையில் ஒரு வாரத்திற்கு 4 கிலோ கோதுமை வாங்குவதற்கு ஆசையிருந்து, அவற்றை வாங்கும் சக்தியும் இருந்து, அப்பொருளை வாங்குவதால் ஏற்படும் பண இழப்பை ஏற்க சம்மதமும் இருப்பின் அக்குடும்பத்தின் தேவை 4 கிலோ கோதுமை எனலாம். இதையே திறனுள்ள தேவை (Efficient Demand) என்றும் உறுதித் தேவை (Effective demand) என்றும் கூறலாம்.

தேவை விதி (Law of Demand)

ஒரு பொருளின் தேவைக்கும் விலைக்கும் உள்ள தொடர்பைத் தேவை விதி விளக்குகிறது. தேவையில் நெகிழ்ச்சியை விலை ஏற்படுத்துகிறது. ஒவ்வொரு நுகருவோருக்கும் பொதுவாக ஏற்படும் பட்டறிவையே இவ்விதி விளக்குகிறது. ஒரு பொருள் மலிவான விலையில் கிடைக்குமாயின் அப்பொருளை நாம் அதிகமாக வாங்குவோம். மாறாக அப்பொருளின் விலை அதிகமானல் குறைவாக வாங்குவோம். இக்கருத்தின் அடிப்படையில்தான் இவ்விதி ஏற்பட்டுள்ளது.

விலைக்கும் தேவைக்குமிடையேயுள்ள இத்தகைய எதிரிடையான தொடர்பினைத் தேவை விதி என்று கூறுகிறோம். 'மற்றவைகள் நிலையாக இருக்கும்பொழுது ஒரு பொருளின் விலை உயர்ந்தால் அதன் தேவை குறையும்; விலை குறைந்தால் தேவை அதிகரிக்கும்'. (Marshall—'The amount demanded increases with a fall in price and diminishes with a rise in price') இதையே எல். மேயர்ச் என்னும் வல்லுநர் 'தேவைக்கான காரணங்கள் நிலையாக இருக்கும்பொழுது வாங்கும் பொருள்களின் அளவு அப்பொருளின் விலை மாற்றத்திற்குத் தலைகீழாக வேறுபடுகிறது', என்று விளக்குகிறார். ஒரு பொருளின் விலை அப்பொருளுக்கு நிலவும் தேவையைப் பொறுத்தே அமையும் என்ற கருத்துத் தென்படுகிறது. விலை அதிகரித்தால் தேவையின் அளவு சுருங்கும். மாறாக விலை குறைந்தால் தேவையின் அளவு அதிகரிக்கும். இவ்விதி செயல்பட மற்றவைகள் நிலையாக இருத்தல்வேண்டும். அதாவது வருவாய், வாழ்க்கைத் தரம், தட்ப வெப்பநிலை, நுகர்வோரின் விருப்பு, வெறுப்பு,

போட்டிப் பொருள்களின் தன்மை, முதலியவை மாறாமல் இருக்கவேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக இவ் விதிப்படி விலை உயர்ந்தால் தேவையின் அளவு குறையவேண்டும். ஆனால், அம்மனிதனின் வருவாய் உயருவதாகக் கொள்வோம். இப்பொழுது வருவாய் உயர்ந்து விட்டதால் அப்பொருளின் விலை உயர்ந்தாலும் கூட தேவையின் அளவு குறையாமலிருக்கலாம்.

தேவைப்பட்டியல் (Demand Schedule)

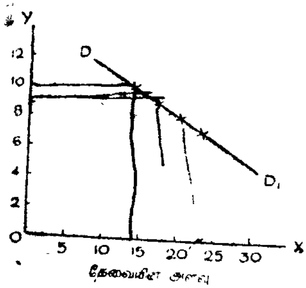
விலைக்கும் தேவை அளவிற்கும் உள்ள இத்தொடர்பினை ஒரு பட்டியல் மூலம் கூறலாம். இதையே தேவைப்பட்டியல் என்கிறோம். ஒரே காலத்தில், ஒரு பொருளின் பல்வேறு விலைகளில் அப்பொருள் எவ்வளவு தேவை என்பதையும் காட்டுவதே தேவைப்பட்டியல். தேவைப்பட்டியலை இருவகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை (1) தனிமனிதன் தேவைப்பட்டியல் (Individual Demand Schedule) (2) சந்தைத்தேவைப்பட்டியல் (Market Demand Schedule) தனி மனிதன் ஒரே நேரத்தில் மாறுபட்ட விலைகளில் எந்த அளவுக்குப் பொருள்களை வாங்கக்கூடும் என்பதைக் காட்டுவது தனி மனிதன் தேவைப்பட்டியலாகும். கீழ்க்காணும் பட்டியல் தனி மனிதனின் தேவையைக் காட்டுகிறது.

விலை	தேவையின் அளவு
ரூ. 10	14 அலகுகள்
ரூ. 9	17 அலகுகள்
ரூ. 8	20 அலகுகள்
ரூ. 7	23 அலகுகள்

இப்பட்டியலில் விலை குறையக் குறைய பண்டங்களின் தேவையின் அளவு உயர்ந்து கொண்டே செல்வதைக் காணலாம். இதையே ஒரு வரைபடம் வாயிலாக விளக்கலாம்.

படம் 1-ல் காணப்படும் வரை படத்தில் OX என்ற அச்சில் தேவையின் அளவையும், OY என்ற அச்சில் விலையையும் கொள்ளலாம். DD_1 என்ற கோடு தேவையின் போக்கை உணர்த்துகிறது. விலை உயரும்போது தேவையின் அளவு

குறைவதைக் காணலாம். இக்கோடு இடமிருந்து வலமாகச் சரிவதைக் காணலாம். இப்போக்கு விலை குறையக் குறையத் தேவை உயருவதைக் காட்டுகிறது.



படம் 1

சந்தைத் தேவைப்பட்டியல் என்பது ஒரு காலத்தில், விலைகளின் மாற்றங்கள் தோன்றும்பொழுது எந்தெந்த அளவுகளில் அனைத்து நுகர்வோர்களின் தேவைத் தோன்றுகிறது என்பதை விளக்குகிறது. இதையே தொழில் தேவை (Industry Demand) என்றும் கூறுகிறோம். கீழ்க்கண்ட பட்டியல் சந்தைத் தேவைப் பட்டியலை விளக்குகிறது.

விலை	தேவையின் அளவு
ரூ. 10	14,000 அலகுகள்
ரூ. 9	17,000 அலகுகள்
ரூ. 8	20,000 அலகுகள்
ரூ. 7	23,000 அலகுகள்

மேற்கண்ட சந்தைத் தேவைப் பட்டியலில் காணும்படி பொருளின் விலை குறையக் குறைய சந்தையில் அனைத்து நுகர்வோர்களின் தேவையின் அளவு உயருவதைக் காணலாம். இப் பட்டியலை உருவாக்கும்பொழுது விலையில் மாறுதல் ஏற்படுமேயன்றி '<u>மற்றவைகளான</u>' நுகர்வோரின் வருவாய், விருப்பு, வெறுப்பு, தட்ப வெப்பநிலை போன்றவைகள் மாறுமலிருப்பதாகக் கொள்ளவேண்டும்.

பொருளியலில் சந்தைத் தேவைப் பட்டியல்தான் மிகுதியாகப் பயன்படுத்தப்பட்டு வருகிறது. சந்தைத் தேவைப் பட்டியலின் வாயிலாக மட்டுமே உற்பத்தியாளர்களும், விற்பனையர்களும் தங்களின் உற்பத்தியின் அளவு, கொள்முதல் போன்றவைகளைக் கணக்கிட்டுக் கொள்கின்றனர். வரி விதிப்பின் பொருட்டு அரசினருக்கும் இப் பட்டியல் உதவுகிறது.

தேவைக் கோடு கீழ்நோக்கி இறங்குவதன் காரணம் என்ன என்ற வினு நம்மிடையே எழலாம். இவ்விதி குறைந்து செல் பயன்பாட்டின் விதியின் அடிப்படையில் செயல்படுகிறது. ஒவ்வொரு நுகர்வோரும் அவர் கொடுக்கும் விலையின் அளவுக்காவது, அப்பொருளிலிருந்து பயன்பாட்டை எதிர்பார்ப்பது இயல்பே. எனவே, அவர் ஒரு பொருளின் இறுதி நிலைப் பயன்பாடும் விலையும் சமமாகும் வரையில் பொருள்களை வாங்குவார். இந்நிலையில்தான் அவர் அப்பொருளின் முழு மனநிறைவினைப் பெறலாம். இவ்வாறு இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டையும் விலையையும் சமன் செய்ய விலை குறையும்பொழுது அப்பொருள் அதிக அளவில் வாங்கப்படுகிறது. ஏற்கனவே அப்பொருளை வாங்காதவர்கள் விலை குறைவதால் வாங்கத் தொடங்குவர். எனவே, குறைந்த விலையில் அதிக அளவு பண்டங்களும், உயர்ந்த விலையில் குறைந்த அளவு பண்டங்களும் வாங்கப்படுவதால் தேவைக்கோடு கீழ்நோக்கிச் செல்கிறது.

இரண்டாவதாக, பொருள்களின் விலை குறையும்பொழுது மிகு நெருக்கடியான தேவைக்கு மட்டுமன்றி, முக்கியமில்லாத பயன்களுக்கும் அப்பொருள் பயன்படுத்தப்படும். எடுத்துக்காட்டாக மின் வசதியைக் கூறலாம். மின் கட்டணம் அதிகமாயிருக்கும்போது மின்சாரம் விளக்கெரிக்க மட்டும் பயன்படுத்தப்படும். மின் கட்டணம் குறையும்பொழுது நீர் சூடு செய்வதற்கும், கிணற்று நீர் இறைக்கவும், காற்ருடியை இயக்கவும் போன்ற பல பயன்களுக்கு ஈடுபடுத்தப்படும்.

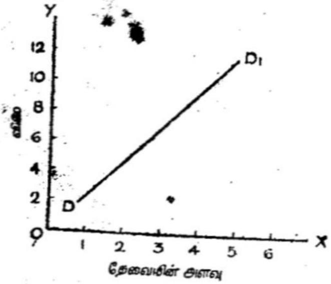
மூன்ருவதாக விலை குறையும்பொழுது பணத்தின் வாங்கும் திறன் அதிகமாகிறது. இதன் காரணமாகப் பொருளை அதிகமாக வாங்கமுடியும்.

ஒவ்வொரு முறையும் விலை குறையும்பொழுது, தேவைப்படும் அளவு உயர்ந்துகொண்டே செல்வதால் தேவைக் கோடு கீழ்நோக்கிச் செல்கிறது.

விதிவிலக்கான தேவைக்கோடு (Exceptional Demand Curve)

பொதுவாகத் தேவைக் கோட்டின் தன்மை இடமிருந்து வலமாகச் சரிந்து கீழ்நோக்கிச் செல்லக் கூடியது. ஆனல், சில நேரங்களில் இடமிருந்து வலப் பக்கமாக மேல் நோக்கி உயரும். இவ்வாறு முறைக்கு மாருன தன்மையுள்ள தேவைக்

கோட்டினை விதிவிலக்கானத் தேவைக் கோடு என்கிறோம். (Exceptional Demand Curve) உயர்ந்த விலையில்கூட தேவை அதிகரிப்பதை இக்கோடு விளக்குகிறது. மேலும் குறைந்த விலையில் தேவை குறையும் என்பதையும் காட்டுகிறது.



படம் 2

படம் 2 வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சுத் தேவையின் அளவையும், OY என்ற அச்சு விலையையும் குறிக்கின்றன. விலை 2-லிருந்து 4-க்கு உயரும்பொழுது தேவையின் அளவு 1-லிருந்து 2-க்கு உயருகிறது. இவ்வாறு விலை உயர உயரத் தேவையின் அளவும் உயருகிறது என்பதைக் காணலாம். இதையே விதிவிலக்கான வளைவுக் கோடு என்கிறோம்.

இவ்வாறு தேவைக் கோடுகள் அமைவதற்குச் சில காரணங்களைக் காணலாம் :

வேறுபாட்டினைக் காட்டும் பொருள்கள்

(1) மற்றவர்களிடமிருந்து தங்களை வேறுபடுத்திக் காட்டிக் கொள்ளவே சில செல்வந்தர்கள் விலையுயர்ந்த பொருட்களான தங்கம், வைரம் போன்ற ஆபரணங்களைப் பயன்படுத்துகின்றனர். வைரத்தின் விலை குறைவதாகக் கொண்டால், செல்வந்தர்களிடையே இதற்கான தேவை குறைந்துவிடும். இத்தகைய பொருட்களின் விலை குறையக் குறைய தேவைக் குறைவதையும், விலை உயர உயரத் தேவை உயருவதையும் காண்கிறோம். இது தேவை விதிக்கு ஒரு விதி விலக்காகும்.

(2) பங்குச் சந்தையும் தேவை விதிக்கு ஒரு விதி விலக்காகும். பங்குகளின் விலை உயரும்பொழுது, பங்குகளை வாங்குபவர்கள் அவற்றின் விலை மேலும் உயரும் என்ற ஊகத்தில் தேவையை அதிகரித்து மிகுதியாக வாங்குவார்கள். அது போல பங்குகளின் விலை குறையும்பொழுது, மேலும் விலை குறையும் என்ற அச்சத்தில் பங்குகளைக் குறைத்து வாங்குவார்கள்.

(3) சந்தை நிலவரம் பற்றி அறியாதவர்கள் இவ்விதியைப் பின்பற்ற இயலாது. சந்தை விலை என்ன என்று அறியாதவர்கள் விலைக் குறைந்திருக்கும் காலத்தில், விலைக் குறைப்புத்

தெரியாமல் குறைத்து வாங்குவார்கள். அதுபோல் விலை உயர்ந்திருக்கும்பொழுது அதிகமாக வாங்குவார்கள்.

கிப்பன் விளைவு (Giffen's Effect)

(4) 19-ம் நூற்றுண்டில் அயர்லாந்தில் கிப்பன் என்பார், சில பொருள்களில் விலை உயரும்பொழுது தேவை உயர்ந்ததை யும், விலை குறையும்பொழுது தேவைக் குறைந்ததையும் கண்டார். இதையே கிப்பன் விளைவு என்கிறோம். மார்ஷல் இப் பொருள்களுக்குக் 'கிப்பன் பொருட்கள்' என்று பெயரிட்டார். (Giffen Goods) இவ்வாறு தேவை விதிக்கு மாருக நடைபெறக் கூடிய தேவை மாறுதல்களைக் 'கிப்பன் முரண்பாடு' (Giffen's paradox) என்று கூறுகிறோம்.

பென்காம் கூறியுள்ளதுபோல (1) எதிர்காலத்தில் பொருள் களின் விலை இன்னும் உயரும் என்ற கருத்து நிலவும் பொழுதும்; (2) சில பொருள்களைப் பயன்படுத்துவதால் செல்வீகத்தைக் காட்ட முடியும் என்று செல்வந்தர்கள் கருதும் பொழுதும்; (3) சந்தை நிலவரம் பற்றிய செய்தி நுகர்வோரை எட்டாதபொழுதும்; (4) வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாத பொருள்களாகயிருக்கும்பொழுதும் விலை உயர்ந்தாலும் தேவை யும் உயரும் என்று நாம் அறியலாம்.

தேவை விதியின் காரணங்கள்

1. பதிலீட்டு விளைவு (Substitution effect)

காப்பியும் தேயிலையும் பதிலீட்டுப் பொருள்களுக்கு எடுத்துக் காட்டுகள் என்பதை நாம் அறிவோம். காப்பியைக் காட்டிலும் தேயிலையின் விலை குறைவாகவும் கொள்வோம். நுகர்வோர் காப்பிக்குப் பதிலாகத் தேயிலைக்கு மாற்றிக் கொள்வர். தேயிலையை மிகுதியாகவும், காப்பியைக் குறைவாகவும் பயன் படுத்துவர். இக்ஸ் (Hicks) என்பவர் இவ்வாருன நிலைக்குப் 'பதிலீட்டு விளைவு' என்று பெயரிடுகிருர்.

எடுத்துக்காட்டாக 100 கிராம் தேயிலையின் விலை 40 காசு களாகவும், காப்பியின் விலை 80 காசுகளாகவும் கொள்ளலாம். எனவே, தேயிலையைக் காட்டிலும் காப்பி இரு மடங்கான விலை யாகும். காப்பியின் விலை மாருமல், தேயிலையின் விலை 40 காசு களிலிருந்து 20 காசுகளாவதாகக் கொள்வோம். இந்நிலையில் தேயிலையைக் காட்டிலும் காப்பியின் விலை நான்கு மடங்கு அதிகமாகிவிட்டது. எனவே காப்பி தேயிலையைக் காட்டிலும்

விலை அதிகமாயும், தேயிலை காப்பியைக் காட்டிலும் குறைந்த விலையாகவும் தென்படுகிறது. இந்நிலையில் நுகர்வோர் தேயிலையை விட காப்பியைக் குறைவாகவும், காப்பியைவிட தேயிலையை அதிகமாகவும் பயன்படுத்துவர். எனவே, தேயிலையைக் காப்பிக்குப் பதிலீடாகப் பயன்படுத்துவர். இவ் விளைவிற்குப் 'பதிலீட்டு விளைவு' என்று பெயர்.

2. வருவாய் விளைவு (Income Effect)

பண வருவாய் (money income) நிலையாயிருக்கும்பொழுது, பொருளின் விலை மாற்றம் நுகர்வோரின் உண்மை வருவாய் (real income) மாறுகிறது. பொருளின் விலை குறையும்பொழுது உண்மை வருவாய் உயருகிறது. நுகர்வோன் நல்ல நிலையில் வாழமுடியும். ஏனெனில், அதிக பொருளை வாங்க முடியும். இக்ஸ் (Hicks) இவ்விளைவினை 'வருவாய் விளைவு' என்று கூறுகிறார்.

எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நுகர்வோர் ரூ. 50 பண வருவாய் பெறுகிறார் என்று கொள்ளுவோம். ஒரு பொருளின் விலை ரூ 5 எனக்கொள்வோம். தன் பண வருவாயான ரூ. 50ஐக் கொண்டு அப்பொருளின் 10 அலகுகளை வாங்கலாம். இந்த 10 அலகு களையே உண்மை வருவாய் என்று கூறுகிறோம். பண வருவாய் மாறாமலிருக்கும்பொழுது, பொருளின் விலை ரூ. 5லிருந்து ரூ 2·50-க்குக் குறைவதாய் கொள்வோம். இப்பொழுது அவர் 20 அலகுகளை வாங்கலாம். இந் நிலையில் அவருடைய உண்மை வருவாய் 10 அலகிலிருந்து 20-க்கு உயர்ந்துள்ளதைக் காண லாம். நுகர்வோர் அதிகமானப் பொருள்களை வாங்க முடிவ தால், அவர் நல்ல நிலையில் இருப்பார். இவ் விளைவை வருவாய் விளைவு என்கிறோம்.

3. புதிய நுகர்வோர்களின் சேர்க்கை

பொருளின் விலை குறையும் பொழுது புதிய நுகர்வோர்கள் பொருள்களை வாங்கத் தொடங்குவார்கள். இதனால் தேவை அதிகரிக்கும்.

தேவையில் ஏற்படும் மாறுதல்களுக்கான காரணங்கள்

விலையைத் தவிர வேறு பல காரணங்களாலும், தேவையில் மாற்றம் ஏற்படலாம். அவைகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம்:

(1) தட்பவெப்பநிலைகளைப் பொறுத்துத் தேவையில் மாற்றங்கள் ஏற்படலாம். எடுத்துக்காட்டாக ஐஸ்க்ரீம் கோடை காலத்தில் அதிகமாகவும் காப்பி குளிர்காலத்தில் அதிகமாகவும் தேவைப்படுவதை எடுத்துக்காட்டுகளாகக் கூறலாம்.

மக்கள் தொகையின் அளவு

(2) விலையில் மாறுதல் ஏற்படாவிடினும், மக்கள் தொகை பெருகினல் தேவைப் பெருகும்; மக்கள் தொகை குறைந்தால் தேவை குறையும்.

(3) மக்களின் பழக்க வழக்கங்கள், மனநிலை இவைகளைப் பொருத்தும் தேவையில் மாற்றம் ஏற்படும். விழாக் காலங்களில் அதிக அளவில் பொருள்கள் நுகரப்படுவதையும், பொருள்களின் தேவை அதிகரிப்பதையும் நாம் காணமுடியும்.

உற்பத்தி முறையில் ஏற்படும் மாற்றங்கள்

(4) உற்பத்தியில் முன்னேற்றம் ஏற்படும்பொழுது பழையப் பொருள்கள் குறைவாகவும், புதியப் பொருள்கள் அதிகமாகவும், தேவைப்படும் சூழ்நிலை ஏற்படும். டெலிவிஷன் பெருகியுள்ள இக் காலத்தில் வானொலிப் பெட்டியின் தேவைக் குறைவதைக் காணலாம். நுகர்வோர் டெலிவிஷனை மிகுதியாகத் தேவைப்படுகின்றனர்.

(5) பதிலீட்டுப் பொருள்கள் மிகுந்திருந்தால் மொத்தத் தேவை அனைத்துப் பதிலீட்டுப் பொருள்களுக்கும் பகிர்ந்தளிக்கப்பட்டு ஒரு பொருளின் தனித்தேவைக் குறையும். மாருகப் பதிலீட்டுப் பொருள்களேயில்லையெனில் தேவையனைத்தும் ஒரு பொருளின் மீதே விழும்.

(6) வாணிக நிலையும், பொருளியல் நிலையும் முன்னேற்றமடைந்து செல்லுமாயின் அனைத்துப் பொருள்களின் தேவைகளும் அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும் மாருகப் பொருளியல் மந்தம் ஏற்பட்டுள்ள காலத்தில் பொருள்களின் தேவைக் குறையும்.

மேலும், வரிவிதிப்பு முறையில் மாறுதல் ஏற்படும்பொழுதும், பதிலீட்டுப் பொருள்களின் விலைகளில் மாற்றம் ஏற்படும்பொழுதும், பணத்தின் மதிப்பில் மாறுதல் ஏற்படும்பொழுதும், வருமான பங்கீட்டில் ஏற்படும் மாற்றம் பொருட்டும் தேவையின் அளவில் மாற்றம் தோன்றும்.

தேவை விதியின் முக்கியத்துவம்

தேவைக் கோட்டின் கருத்துகள் பொருளியல் கோட்பாடுகளுக்கும், நடைமுறைக்கும் மிகவும் பயன்படத்தக்கன.

1. ஒரு விற்பனையர், ஒரு பொருளின் விலையை மாற்ற விழையுமுன்னர், அம் மாற்றத்தினால் நுகர்வோரின் விளைவுகளை அறிய முயல்வர். சுருங்கக் கூறின், தன் பொருளின் தேவையின் இயல்பை அவர் அறிந்து அளவிடவேண்டும்.

2. நிதியமைச்சர் ஒரு குறிப்பிட்டப் பொருளின் மீது வரி விதிக்கும்பொழுது, அப் பொருளின் தேவையின் இயல்பையும், அந் நிலைக்கான கட்டுப்பாட்டினையும் அறிந்திருத்தல் வேண்டும்.

3. சந்தைத் தேவைக்கோடு ஒரு சிறந்த ஆய்வுக் கருவியாகும். போட்டிச் சந்தையில் விலை எப்படிக் கண்டுபிடிக்கப் படுகிறது என்பதைக் காட்டுவது சந்தைத் தேவைக் கோடாகும்.

தேவை நெகிழ்ச்சி
(Elasticity of Demand)

ஒரு பொருளின் விலை மாற்றம், அப் பொருளின் தேவையை மாற்றவல்லது என்பதை விளக்குவது தேவை விதியாகும். ஆனால், விலை மாற்றம் எந்த அளவிற்குத் தேவையை மாற்ற வல்லது என்பதைத் தேவை விதி விளக்காது. எடுத்துக் காட்டாக விலையில் இரு மடங்கு உயர்வு ஏற்படின் தேவை சுருக்கம் ஏற்படும் என்பதை மட்டுமே தேவை விதி விளக்குமேயன்றி எத்தனை மடங்குத் தேவைச் சுருக்கம் ஏற்படும் என்பதைப்பற்றி விளக்கவேயில்லை. விலையில் ஏற்படும் மாறுதலின் விளைவாகத் தேவை எந்த அளவிற்கு மாறுகிறது என்பதைக் கணக்கிடுவது பற்றியது தேவை நெகிழ்ச்சி எனப்படும். எனவே, விலையில் மாற்றத்திற்கும், அதன் விளைவாகத் தேவையில் ஏற்படும் மாற்றம் எவ்வளவு என்று அளவிடுவதே தேவை நெகிழ்ச்சி என்று பெயர். இதையே மேயர்ச் என்பார் 'குறிப்பிட்டதொரு தேவைக் கோட்டில் குறிப்பிட்ட விலை மாற்றத்தின் காரணமாக அப்பொருள் வாங்கப்படும் அளவில் ஏற்படக் கூடிய மாற்றத்தின் அளவீடுதான் தேவை நெகிழ்ச்சி' என்று கூறுகிறார். (Meyers—'The Elasticity of Demand is the measure

of the relative change in the amount purchased in response to a relative change in price on a given demand curve').

தேவை என்பது விலை மாற்றத்தினுல் மாறுகிறது. ஆனுல், ஒரு பொருளின் விலை சிறிது இறங்குவதால் அதன் தேவை எந்த அளவிற்கு விரிவடைகிறது/ என்பதை விளக்குவதே தேவை நெகிழ்ச்சி எனப்படும். (Elasticity provides us a *Measure* of the responsiveness of demand to a given change in the price of the commodity).

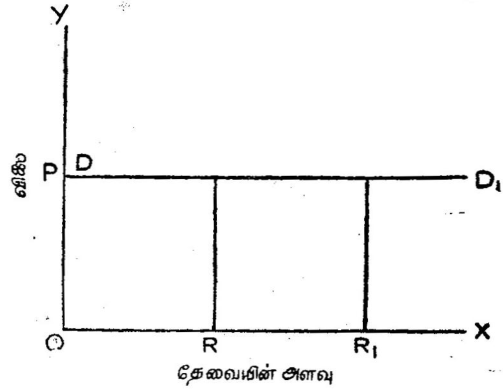
ஒரு பொருளின் விலையில் ஏற்படும் ஏற்றமோ அல்லது இறக்கமோ அப்பொருளின் தேவை அதிக அளவுக்கு மாற்றினுல் அப்பொருளுக்குத் 'தேவை நெகிழ்ச்சி உண்டு என்று கூறு கிறேம். மாருக ஒரு பொருளின் விலை அதிக அளவில் மாறுதல் ஏற்படினும், தேவையின் அளவு சிறிதுகூட மாருமலிருப்பின் அப்பொருள் 'தேவை நெகிழ்ச்சியற்றது என்று கூறுகிறேம். எடுத்துக்காட்டாக அரிசி, கோதுமை போன்ற வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாத பொருள்கள் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றவை என்று கருதப்படும். ஏனெனில் இவைகளின் விலை ஏறினுலும் இறங்கினுலும் தேவையின் அளவு மாருது. மாருக வாசனைத் திரவியம், சோப்பு போன்ற பகட்டுப் பொருள்களின் தேவை நெகிழ்ச்சியுள்ளது. எடுத்துக்காட்டாக விலை 20 விழுக்காடு குறைந்து, தேவை 30 விழுக்காடு உயர்ந்தால், அப்பொருளின் தேவை நெகிழ்ச்சியுள்ளது என்கிறேம். மாருக விலை 20 விழுக்காடு குறைந்து, தேவை 10 விழுக்காடு உயருமாயின், அப்பொருளின் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றுள்ளது என்று கூறு கிறேம்.

தேவை நெகிழ்ச்சியைக் கீழ்க்கண்டவாறு வகைப்படுத்த லாம். OX என்ற அச்சில் பொருள்களின் தேவை அளவும்; OY அச்சில் விலையும் எடுத்துக்கொள்ளப்பட்டுள்ளன.

1. முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை (Perfectly Elastic Demand)

ஒரு பொருளின் விலையில் சிறிதும் மாற்றம் இல்லாமலிருக் கும் பொழுது தேவையில் அதிக அளவு மாற்றம் ஏற்பட் டால் அந் நிலையை முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை என்கிறேம்.

இப்படத்தில் OP என்ற விலையில் சிறிதும் மாறுதலில்லை. எனினும் தேவையின் அளவில் பெருத்த மாறுதல் தோன்றுகிறது.

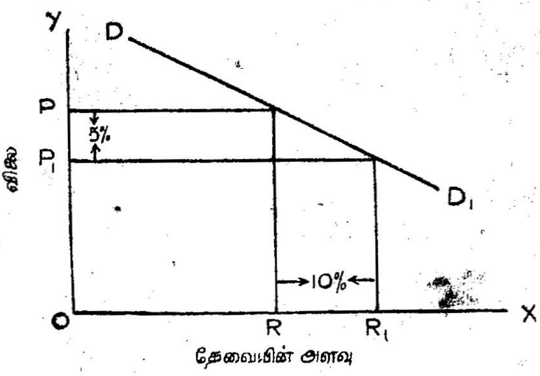


படம் 3

OR லிருந்து OR_1-க்குத் தேவையின் அளவு மாறுகிறது. இதையே முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை என்கிறோம்.

2. மிகுந்த நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை (Highly elastic Demand)

ஒரு பொருளின் விலையில் சிறிய மாற்றம் ஏற்பட்டால் அப்பொருளின் தேவையின் அளவில் அதிக அளவு மாற்றம் ஏற்படின் அந் நிலையை மிகுந்த நெகிழ்ச்சி உள்ள தேவை என்கிறோம். இதையே ஒன்றுக்கு அதிகமான நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை (Elasticity is more than unity) என்றும், தராதர நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை (relatively elastic demand) என்றும் கூறுகிறோம்.

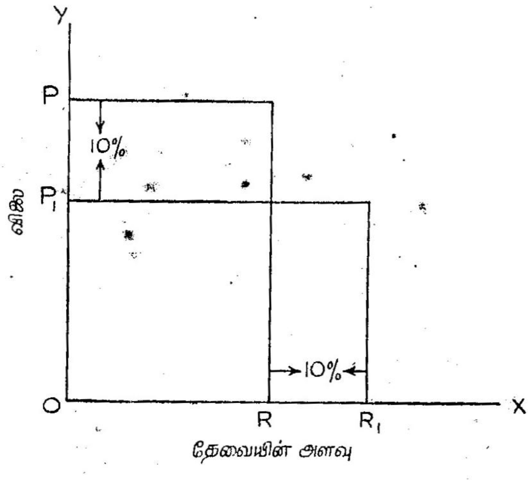


படம் 4

பொருளின் விலை OP-லிருந்து OP_1க்கு மாறும்பொழுது (5% குறையும்பொழுது) அப்பொருளின் தேவை OR-லிருந்து OR_1-க்கு (10%) அதிகமாகிறது. விலை மாற்றத்தைக் (5%) காட்டிலும் தேவை மாற்றம் (10%) மிகுதியாகிறது. இதையே ஒன்றுக்கு அதிகமான நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை என்கிறோம்.

ஒன்றுக்குச் சமமான நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை (Elasticity is equal to one)

3. ஒரு பொருளின் விலையில் ஏற்படும் மாறுதலின் அளவும், அப்பொருளின் தேவையின் மாற்றத்தின் அளவும் சமமாக யிருப்பின் இந்நிலையை ஒன்றுக்குச் சமமான நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை (Elasticity is equal to one) என்கிறோம்.

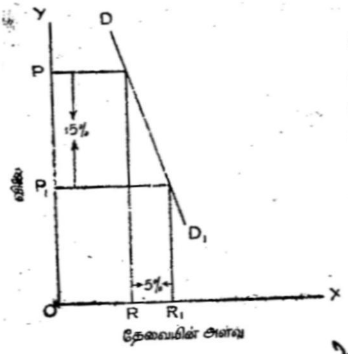


படம் 5

விலை OP லிருந்து OP_1-க்குக் குறையும்பொழுது தேவையின் அளவு OR-லிருந்து OR_1-க்கு உயருகிறது. இப்படத்தில் விலையில் ஏற்படும் மாற்றம் (PP_1), தேவையில் ஏற்படும் மாற்றத்திற்குச் (RR_1) சமமாக உள்ளது. இரண்டுமே 10% விழுக்காடு மாற்றங்களே. இந் நெகிழ்ச்சியை ஒன்றுக்குச் சமமான நெகிழ்ச்சி என்கிறோம்.

குறைந்த நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை

4. ஒரு பொருளின் விலையில் அதிகமான மாற்றம் இருந்து, அப்பொருளின் தேவையில் மாற்றம் சிறிதேயிருக்குமாயின், அது நெகிழ்ச்சியற்ற தேவை என்கிறோம்.

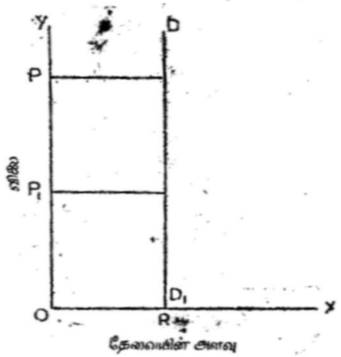


படம் 6

இப்படத்தில் விலை OP லிருந்து OP_1 க்குக் குறைகிறது (15% குறைகிறது). ஆனால், அப்பொருளின் தேவை OR லிருந்து OR_1 க்கு 5% விழுக்காடு மட்டுமே உயருகிறது. இந் நெகிழ்ச்சியைத் தராதர நெகிழ்ச்சியற்ற தேவை (Relatively inelastic demand) என்றும், ஒன்றுக்குக் குறைவான நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை (Elasticity is less than unity) என்றும் கூறுகிறோம்.

முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியற்ற தேவை (Perfectly inelastic demand)

5. ஒரு பொருளின் விலையில் பெருத்த மாறுதல் ஏற்பட்டபொழுதிலும், அதன் தேவையின் அளவில் மாற்றம் சிறிதும் ஏற்படாமலிருப்பின், அந்நிலை முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியற்ற தேவை எனப்படும்.



படம் 7

படத்தில் காட்டியுள்ளபடி விலை OP லிருந்து OP_1 க்குக் குறைந்த பொழுதிலும், அப் பொருளின் தேவை எப்பொழுதும் OR லேயே இருப்பதைக் காணலாம். தேவையின் அளவில் சிறிதளவு மாற்றமும் தோன்றவில்லை என்பது தென்படும். இதற்குத் தான் முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியற்றத் தேவை என்று பெயர்.

பேராசிரியர் மார்சல் இவையனைத்தையும் நன்குணர்ந்து சுருக்கமாகக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறியுள்ளார். 'பொருளின் வாங்கப்படும் அளவானது விலையில் ஏற்படும் குறைவினால், அதிகமான அல்லது குறைவான அளவில் விரிவடைவதையும், விலை உயர்வினால் அதிகமான அல்லது குறைவான அளவில் பொருள்கள் வாங்கப்படுவது குறைவதையும் சார்ந்தே சந்தையில் தேவை நெகிழ்ச்சி அதிகமாக அல்லது குறைவாக இருக்கிறது'. (Marshall—'The elasticity of demand in the market is great or small according as the amount demanded increases

much or little for a given fall in price and diminshes much or little for given rise in price'.)

தேவை நெகிழ்ச்சியை அளக்க மார்சல் ஒரு வாய் பாட்டினைக் கீழ்க்கண்டவாறு அளித்துள்ளார். இம்முறைக்கு விழுக்காடு முறை (percentage method) என்று பெயர்.

$$\frac{\text{தேவையின் அளவில் மாற்றம்}}{\text{தேவையின் அளவு}} \div \frac{\text{விலையில் மாற்றம்}}{\text{விலை}}$$

இம்முறையை ஓர் எடுத்துக்காட்டினால் விளக்குவோம். ஒரு பேரிக்காயின் விலை 50 காசுகளிலிருந்து 40 காசுகளாகக் குறைகிறது எனக் கொள்வோம். இவ்விலைக் குறைவினால் தேவையின் அளவு 10 காய்களிலிருந்து 15 ஆக உயருகிறது எனக் கொள்வோம்.

$$\frac{\text{தேவையின் அளவில் மாற்றம்}}{\text{தேவையின் அளவு}} \div \frac{\text{விலையில் மாற்றம்}}{\text{விலை}}$$

$$= \frac{5}{10} \div \frac{10}{50}$$

$$= \frac{5}{10} \times \frac{50}{10}$$

$$= \frac{25}{10} = 2\tfrac{1}{2}$$

தேவை நெகிழ்ச்சியின் எண் இந்த எடுத்துக்காட்டில் $2\frac{1}{2}$ ஆகும்.

தேவை நெகிழ்ச்சியினை அளக்க மார்சல், மற்றொரு முறையையும் அளித்துள்ளார். இம்முறைக்கு மொத்தச் செலவு முறை (total onlay method) என்று பெயர். ஒரு பொருளை வாங்குவதற்கான மொத்தச் செலவினை, விலையின் மாற்றத்திற்கு முன்பும், பின்பும் ஒப்பிட்டுப் பார்க்க வேண்டும். இம்முறையில் மூன்று வகையான தேவை நெகிழ்ச்சியும் காணவேண்டும்.

நிலை	விலை	தேவையின் அளவு	மொத்தச் செலவு	தேவை நெகிழ்ச்சி
—	ரூ. 10	10	ரூ. 100	—
1	ரூ. 8	12·5	ரூ. 100	ஒன்றுக்குச் சமம்
2	ரூ. 8	15	ரூ. 120	ஒன்றுக்கு மேல்
3	ரூ. 8	11	ரூ. 88	ஒன்றுக்குக் கீழ்

மேற்காணும் அட்டவணை மூன்று விதமான நெகிழ்ச்சிகளையும் விளக்குகின்றது. எடுத்துக்காட்டாக-ஒரு பொருளின் விலை ரூ. 10 எனக் கொள்வோம். இவ்விலையில் 10 அலகுகள் பொருள்கள் வாங்கப்படுகின்றன. இந்நிலையில் இந்த நுகர்வோரின் மொத்தச் செலவு ரூ. 100 ஆகும்.

நிலை 1 இல் காட்டியபடி அப்பொருளின் விலை ரூ. 10 லிருந்து ரூ. 8 ஆகக் குறைவதாகக் கொள்வோம். இவ்விலை குறைவினால் தேவையின் அளவு 10 அலகுகளிலிருந்து 12·5 அலகுகளாக உயருகிறது. இந்நிலையில் நுகர்வோரின் மொத்தச் செலவு ரூ. 100 ஆகவே உள்ளது. விலை ரூ. 10-லிருந்து ரூ. 8 ஆகக் குறைந்தபொழுதிலும் மொத்தச் செலவு மாறுமல் ரூ. 100 ஆகவேயிருப்பதால் இந்நிலையில் தேவை நெகிழ்ச்சி ஒன்றுக்குச் சமம் என்று கூறுகிறோம்.

நிலை 2 இல் காட்டியபடி அப்பொருளின் விலை ரூ. 10 லிருந்து ரூ. 8-க்குக் குறைந்தபொழுது, தேவை 10 அலகுகளி லிருந்து 15 ஆக உயர்ந்துவிட்டதைக் காணலாம். இந்நிலையில் நுகர்வோரின் மொத்தச் செலவு ரூ. 120 ஆக உயர்ந்து விட்டது. எனவே, விலை குறைவினால் மொத்தச் செலவு ரூ. 100-லிருந்து ரூ. 120 ஆக உயர்ந்துவிட்டது. இந்நிலையில் தேவை நெகிழ்ச்சி ஒன்றுக்குமேல் (Greater than unity) என்கிறோம்.

நிலை 3 இல் காட்டியபடி அப்பொருளின் விலை ரூ. 10-லிருந்து ரூ. 8-க்குக் குறைந்த பொழுது அப்பொருளின் தேவை

10 இலிருந்து 11 ஆக உயர்ந்துவிட்டதைக் காணலாம். இந்நிலையில் நுகர்வோரின் மொத்தச் செலவு ரூ. 88 ஆகக் குறைந்துவிட்டது. எனவே விலை ரூ. 10-லிருந்து ரூ. 8-க்குக் குறையும்பொழுது மொத்தச் செலவு ரூ. 100-லிருந்து ரூ. 88 ஆகக் குறைந்துவிட்டதைக் காணலாம். இந்நிலையில் தேவை நெகிழ்ச்சி ஒன்றுக்குக் கீழ் (less than unity) என்று கூறலாம்.

தேவை நெகிழ்ச்சிக்கான காரணங்கள்

சில பொருள்களின் தேவை நெகிழ்ச்சியுடையன; சில வற்றின் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றவை. பல காரணங்களைப் பொருத்து ஒரு பொருளின் தேவை நெகிழ்ச்சி மாறக்கூடியது. தேவை நெகிழ்ச்சியை நிர்ணயிக்கும் காரணிகளைக் கீழ்க் கண்டவாறு கூறலாம் :

1. வருவாய் விளைவு (Income effect)

ஒரு பொருளை வாங்குவோரின் வருவாயைப் பொறுத்தே அப்பொருளின் தேவை நெகிழ்ச்சி அமையும். செல்வந்தர் களுக்கு ஏழையைக் காட்டிலும் தேவை நெகிழ்ச்சிக் குறைவாக இருக்கும். பண வசதி படைத்தவர்களுக்கு விலையில் ஏற்படும் சிறிய மாறுதல் அவர்களைப் பாதிக்காது. ஒருவருடைய வருவா யில் குறைந்த அளவு செலவிட வேண்டியுள்ள தேவைகள் நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்கும். மாறாக, ஒருவருடைய வருவா யில் அதிக அளவில் செலவிட வேண்டியுள்ள தேவைகளுக்கு நெகிழ்ச்சி அதிகமாகயிருக்கும்.

2. விலையின் நிலை

ஒரு பொருளின் விலை மிக உயர்ந்து இருந்தால் அப் பொருளின் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்கும். எடுத்துக் காட்டாகத் தங்கம், வைரம் போன்ற பொருள்களின் விலையில் சிறிது குறைவதால் அப்பொருளின் தேவை அதிக அளவில் மாறாது. அதுபோல் ஒரு பொருளின் விலை மிகவும் குறைந் திருக்கும்பொழுதும் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக உப்பு போன்ற பொருள்களின் விலை மேலும் குறைந்தாலோ அல்லது அதிகரித்தாலோ தேவை நெகிழ்ச்சி யற்றதே.

3. பதிலீட்டுப் பொருள்கள் (Substitutes)

ஒரு பொருளுக்குப் பதிலீட்டுப் பொருள்கள் இருக்குமாயின் தேவை நெகிழ்ச்சியுடையதாகயிருக்கும். அப்பொருளின் விலை

சிறிது ஏறினுல்கூட நுகர்வோர் மாற்றுப் பொருளைப் பயன் படுத்தத் தொடங்குவர். எடுத்துக்காட்டாகக் காப்பிக்கு மாற்றுப் பொருள் தேயிலையாகும். காப்பியின் விலை சிறிது ஏறினுல்கூட நுகர்வோர் தேயிலையைப் பயன்படுத்தத் தொடங்குவர். ஆனுல், காப்பிக்குப் பதிலீட்டுப் பொருள் இல்லையெனில் விலை எவ்வளவு ஏறினுலும் நுகர்வோர் காப்பியைப் பயன்படுத்து வதில் குறைக்க முடியாது. எனவே, பதிலீட்டுப் பொருள்களை யுள்ள பொருள்களின் தேவை நெகிழ்ச்சியுடையவைகளாகும்.

4. பல்வகைப் பயன்கள்

ஒரு பொருளுக்குப் பல வகைகளில் பயன் இருக்குமானுல் அப்பொருள் அதிகமான தேவை நெகிழ்ச்சியுடையதாக இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக மின்வசதியைக் கூறலாம். மின் கட்டணம் அதிகமாகயிருக்கும்பொழுது விளக்கெரிக்க மட்டும் பயன்படுத்துவதையும், மின் கட்டணம் குறைவாயிருக்கும் பொழுது நீர் சுடவைத்தல், விவசாய மோட்டார் இயக்க, காற்றுடி இயக்க போன்ற பல பயன்களுக்கு ஈடுபடுத்துவர். என இப்பொருள்களின் விலை சிறிது இறங்கினுல் தேவை அதிக அளவு மாற்றம் தோன்றும். எனவே, இவைகளின் தேவை நெகிழ்ச்சி அதிகமாயிருக்கும்.

5. பழக்க வழக்கம்

நுகர்வோரின் பழக்க வழக்கத்தைப் பொறுத்தும் ஒரு பொருள் தேவை நெகிழ்ச்சியுடையதா அல்லது இல்லையா என்று கூறலாம். எடுத்துக்காட்டாக வெற்றிலைப் பாக்கு போடும் பழக்கம் உள்ளவர் விலை ஏறினுல் இப்பழக்கத்தை நிறுத்துவதும் இல்லை ; விலை குறைந்தால் அதிகம் பயன்படுத்து வதும் இல்லை. எனவே, இவர்களுக்கு இப்பொருள்கள் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றவைகளாகும்.

6. இணைப்புத் தேவை (Joint Demand)

சில பொருள்களைத் தனித்துப் பயன்படுத்துவதில்லை. மற்றப் பொருளுடன் சேர்த்தே பயன்படுத்துகிறேம். எடுத்துக் காட்டாக ரொட்டி, வெண்ணெய்யைக் குறிப்பிடலாம். இவற்றின் ஏதாவது ஒன்றின் விலை குறைவதாலோ அதிகரிப்பதாலோ தேவை பாதிக்கப்படுவதில்லை. இவைகளுக்கு இணைப்புத் தேவை என்று பெயர். எடுத்துக்காட்டாக வெண்ணெய்யின் விலை உயர்ந்தால் ரொட்டியின் தேவையில் மாறுதல் ஏற்படாது. எனவே, இணைப்புத் தேவையுள்ள பொருள்களின் தேவை நெகிழ்ச்சிக் குறைவாகவேயிருக்கும்.

தேவை நெகிழ்ச்சியின் முக்கியத்துவம்

தற்காலப் பொருளியல் ஆய்வில் தேவை நெகிழ்ச்சியின் பங்கு மிகவும் இன்றியமையாதது. தேவை நெகிழ்ச்சியின் முக்கியத்துவத்தைக் கீழ்க்கண்டவாறு வெளிப்படுத்தலாம்.

1. நிதியமைச்சருக்கு உதவி

நிதியமைச்சர் ஒரு பொருளின்மீது வரி விதிக்கும்பொழுது தேவை நெகிழ்ச்சியைக் கணக்கில் கொள்ளவேண்டும். ஒரு பொருளின்மீது வரி விதிக்கும்பொழுது அப்பொருளின் விலை யுயரும். விலை உயரும் பொழுது அப்பொருளின் தேவை குறை யும். இவ்வாறு தேவை குறையும்பொழுது அரசுக்கு வருவாய் எதிர்பார்த்த அளவுக்குக் கிடைப்பதில்லை. எனவே, வரி விதிக் கும்பொழுது எப்பொருள்களின் மீது வரி விதித்தால் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்கும் என்று பார்த்து அவைகளின் மீது வரி விதிக்கலாம். இத்தகைய பொருள்களின் மீதிருந்து கிடைக் கும் வருவாய் நிலையானதாக இருக்கும். எனவே, பொது நிதி யியல் துறையில் நிதியமைச்சரின் வரி விதிப்புக் கொள்கைக்குத் தேவை நெகிழ்ச்சி மிகவும் பயன்படுகிறது.

2. முற்றுரிமைப் பெற்ற வணிகருக்கு இத்தேவை நெகிழ்ச்சி நன்மை பயப்பதாக உள்ளது. ஒரு பொருள் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருப்பின் எந்த விலையை வைக்கவும் தயங்காமல் விலையை உயர்த்திக் கொண்டே செல்லுவார்கள். தேவை நெகிழ்ச்சியுடைய பொருளாயிருப்பின் அது அவருக்கு எச்சரிக்கையாக அமையும். தேவை நெகிழ்ச்சியுடைய பொருளாயிருப்பின் அப்பொருளின் விலையை மிகக் குறைந்த அளவிலேயே வைத்திருப்பர்.

3. தேவை நெகிழ்ச்சிப் பன்னாட்டு வாணிபத்தில் மிகவும் உதவி புரிகிறது. இறக்குமதி செய்யப்படும் நாடுகளில் அப் பொருளுக்குத் தேவை நெகிழ்ச்சி எப்படியுள்ளது என்பதைப் பொறுத்தே ஒரு நாட்டுப் பொருள்களின் ஏற்றுமதி அமையும்.

4. உழைப்பின் ஊதியமான கூலியை அளவிடுவதிலும் இக்கருத்துப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. உழைப்பாளர்களுடைய தேவை நெகிழ்ச்சி அதிகமாகயிருப்பின் கூலி குறையும்; அது போல உழைப்பாளர்களுடைய தேவை நெகிழ்ச்சிக் குறைவாக யிருப்பின் கூலி உயரும். கூலியின் அளவில் பெருத்த மாற்றம் ஏற்படும்பொழுது உழைப்பாளர்களின் தேவை சிறிதளவு

ஆறினல் தேவை நெகிழ்ச்சி ஒன்றுக்குக் குறைவானது (less than unity) எனலாம். இவர்களுடைய கூலியை எவ்வளவு உயர்த்திணுலும் அவர்களின் தேவையின் அளவு சிறிது மட்டும் குறையும்.

5. நெல்லும் வைக்கோலும்; கரும்பும் தட்டையும் கூட்டுத் தேவையுள்ள பொருள்கள் எனலாம். நெல்லின் உற்பத்திச் செலவையும், வைக்கோலின் உற்பத்திச் செலவையும் தனித் தனியே கணக்கிட முடியாது. எனவே நெல்லின் விலையையும், வைக்கோலின் விலையையும் தனித்தனியே கண்டுபிடிப்பது உற்பத்திச் செலவைக் கொண்டு இயலாது. இவைகளின் சந்தைத் தேவைகளைக் கொண்டே தனித்தனியாக விலைகள் கண்டுபிடிக்கப்படுகின்றன. இந்நிலையில் தேவை நெகிழ்ச்சி பயன்படுகிறது.

பயன்பாடு (Utility)

விளக்கம்: மனிதனுடைய விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்யும் ஒருவிதமான சக்தியைத்தான் பயன்பாடு என்று கூறுகின்ரேம். இந்தச் சக்தி பண்டங்களுக்கும், பணிகளுக்கும் மட்டுமே இருக்கிறது. எனவே, மனிதனின் விருப்பத்தை நிறைவு செய்யக்கூடிய பண்டங்களிலும், பணிகளும் இருக்கின்ற சக்தியே பயன்பாடு எனப்படும். (Utility is the power or capacity of a commodity to satisfy a human want) மனிதன் தன்னுடைய விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்து கொள்வதற்காகப் பொருட்களை யும் பணிகளையும் அன்ருட வாழ்க்கையில் உபயோகப்படுத்து கிருன். மனிதன் அன்ருட வாழ்க்கையில் பல்வேறு வேலைகளைச் செய்து பணம் ஈட்டுவதின் அடிப்படை நோக்கம் அவனுடைய விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்து கொள்ளவதாகும். அவ்வாறு கஷ்டப்பட்டுத் தேடிய செல்வத்தைக் கொண்டு தனக்குத் தேவையான பண்டங்களையும், பணிகளையும் வாங்கி அனுப விப்பதினிமித்தம் அவன் தன்னுடைய விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்துக் கொள்கிருன். மனிதன் தன்னுடைய விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்ய உபயோகிக்கப்படுகிறப் பொருள்களின் பயன் பாடு நல்லது அல்லது கெட்டது என்ற பாகுபாட்டை ஒட்டி அமைவதில்லை. எடுத்துக்காட்டாக ஒருவன் தன்னுடைய விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்து கொள்வதற்காக மதுபானம் அருந்துகிருன் அல்லது சிகரெட் குடிக்கிருன் என்ருல் அது அவனுடைய விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்கிறது. எனவே, அப்பொருட்களை ஒரு பயன்பாடுடையப் பொருள்கள் என்றே

கொள்ளவேண்டுமே தவிர மாருக அப்பொருள்கள் மனித நலனுக்குக் கேடுவிளைவிக்கின்ற பொருள்கள் என்று அப் பொருள்களை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளாமல் விட்டு விடக்கூடாது. அப்பொருள்களும் மனிதனின் விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்வதிஞல் அப் பொருள்களையும் பயன்பாடுடைய பொருள்கள் என்றே எடுத்துக்கொள்ளவேண்டும்.

பயன்பாடு என்ற சொல் நாம் சாதாரணமாக வழக்கில் உபயோகப்படுத்துகிற பயன் என்ற சொல்லைவிட முற்றிலும் வேறுபட்ட ஒன்ருகும். ஒரு பொருளிஞல் கிடைக்கும் நன்மையை அல்லது நலனையே நாம் பயன் என்ற சொல்லின் மூலம் சுட்டுகிருேம். எடுத்துக்காட்டாகப் பால் குழந்தையின் வளர்ச்சிக்கு மிகவும் பயன்தரக்கூடிய ஒன்று என்று நாம் கூறு கிருேம். இங்கே பயன் என்பது அப் பாலிஞல் ஏற்படும் நன்மை யைச் சுட்டிக்காட்டுகிறது. ஆஞல், பயன்பாடு என்பது ஒரு பொருளின் நன்மையைக் குறிப்பதில்லை. மாருக ஒரு பொருளை உபயோகப்படுத்துவதால் ஏற்படும் மன நிறைவையே பயன் பாடு என்று அழைக்கப்படும். பயன்பாடு கொடுக்கக் கூடிய பொருள்கள் யாவும் பயன் உள்ள பொருள்களாக அமைவதில்லை. எடுத்துக் காட்டாகச் சிகரெட் அல்லது மதுபானங்கள் மனிதனின் விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்வதிஞல் அப்பொருள்களைப் பயன் பாடுடையப் பொருள்கள் என்று நாம் கூறலாம். ஆஞல், அப் பொருள்களிஞல் மனிதனுக்குப் பயன் (நலன்) ஏதும் கிடைப்ப தில்லை. மனிதனின் உடல் நலத்திற்குத் தீமையே விளைவிக்கின்ற பொருள்களாகும். எனவே, பயன்பாடு உள்ள எல்லாப் பொருள் களும் பயன் உள்ள பொருள்களே என்று கூறமுடியாது.

பயன்பாடு நுகர்வோருக்கிடையே மாறுபடக்கூடிய ஒன்று. பயன்பாடு என்பது நுகர்வோரின் மன நிறைவைப் பொறுத்த தாகும். ஒரு பொருளை இருவர் நுகரும்போது அவ்விருவரின் மன நிறைவு ஒரேயளவாக அமைவதில்லை. எடுத்துக்காட்டாக வெயிலில் அலைந்து வந்த ஒருவரையும் வீட்டில் (நிழலில்) இருக்கும் ஒருவரையும் எடுத்துக் கொண்டு ஒவ்வொருவருக் கும் ஒரு குவளைத் தண்ணீரைக் கொடுத்தால் நிழலில் இருந்த மனிதனுக்கு அவ்வொரு குவளைத் தண்ணீர் கொடுக்கும் மன நிறைவை விட வெளியில் அலைந்து வரும் மனிதனுக்கு அவ் வொரு குவளைத் தண்ணீர் கொடுக்கும் மனநிறைவு (பயன் பாடு) அதிகமாகவே இருக்கும். எனவே, ஒரே பொருளின் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவை நுகரும் இரு நுகர்வோரின் மன நிறைவு (பயன்பாடு) ஒன்ருக அமைவதில்லை.

பயன்பாட்டை அளக்க முடியாது. ஒரு பொருளை நுகரும் போது ஒருவனுக்கு ஏற்படும் மனநிறைவையே பயன்பாடு என்று கூறுகிறோம். அது மனிதனின் உள்ளத்தில் செயல் புரிகிறது. நுகர்வோரின் உள்ளத்தில் நிகழுவதினால் பயன் பாட்டை அளக்க முடியாது. எனினும், அவன் அப்பொருளுக் காகக் கொடுக்க முன்வரும் விலையை வைத்து அவன் அப் பொருளினால் எதிர்பார்க்கும் பயன்பாட்டை நாம் அறிந்துக் கொள்ளலாம். எடுத்துக்காட்டாக ஒருவன் ஓர் ஆப்பிள் பழத்தை 75 பைசா கொடுத்து வாங்க முன் வருகிறான் என்று வைத்துக் கொள்வோம். மற்றொருவன் அதே ஆப்பிளை வாங்க ரூபாய் 1 தரத் தயாராக இருக்கிறான் என்றும் வைத்துக் கொள்வோம். இருவருக்கும் அந்த ஓர் ஆப்பிளினால் ஏற்படக் கூடிய பயன்பாடு அல்லது நிறைவு உள்ளத்திலேயே நடை பெறுவதானால் அப் பயன்பாட்டை அளக்க முடிவதில்லை. ஆனால், அவர்கள் அந்த ஆப்பிளுக்காகக் கொடுக்க முன்வரும் விலையை வைத்து அப் பழத்தினால் அவர்கள் எதிர்பார்க்கும் பயன்பாட்டை நாம் அறிந்து கொள்ளலாம். தெளிவாகக் கூற வேண்டுமானால் ஒருவன் ஒரு பொருளுக்காகக் கொடுக்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையானது அப் பொருளிலிருந்து அவன் எதிர் பார்க்கும் பயன்பாட்டிற்குச் சமமாக இருக்கும் என்பது தெளிவு.

பயன்பாட்டின் வகைகள்

பயன்பாட்டைப் பொதுவாக மூன்றுவகைகளாகப் பிரிக்க லாம். அதாவது மொத்தப் பயன்பாடு (Total Utility) சராசரி பயன்பாடு (Average Utility) இறுதிநிலைப் பயன்பாடு என்றும் (Marginal Utility) என்று வகைப்படுத்தலாம். இவை தவிர, காலப் பயன்பாடு (Time Utility) வடிவப் பயன்பாடு (Form Utility) இடப் பயன்பாடு (Place Utility) பணிப் பயன்பாடு (Service Utility) என்றும் வகைப்படுத்தலாம்.

மொத்தப் பயன்பாடு (Total Utility)

ஒரு பொருளின் பல அலகுகளைத் (Units) தொடர்ந்து நுகரும் போது உண்டாகின்ற பயன்பாடுகளைக் கூட்டிப் பெருகின்ற தொகுப்பே மொத்தப் பயன்பாடு எனப்படும். எடுத்துக்காட்டாக முதலாவது ஆப்பிள் பழத்தை நுகருவதால் 15 அலகுகள் பயன்பாடும், இரண்டாவது ஆப்பிள் பழத்தை நுகருவதால் 12 அலகுகள் பயன்பாடும், மூன்றாவது ஆப்பிளை

நுகருவதால் 9 அலகுகள் பயன்பாடும் ஒருவன் பெறுகிருன் என்று வைத்துக் கொண்டால் அவனின் மொத்தப் பயன்பாடு என்பது அம்மூன்று ஆப்பிள் பழங்களிளுல் அவனுக்குக் கிடைக்கும் எல்லா அலகுகளின் கூட்டுப் பயன்பாட்டைக் குறிக்கும். அதாவது 36 அலகுகள் அவனுடைய மொத்தப் பயன்பாடு என்று கூறலாம். எனவே, மொத்தப் பயன்பாடு என்பது ஒரு பொருளின் பல அலகுகளைத் தொடர்ந்து நுகரும்போது நுகர்வோன் அடைகின்ற பயன்பாடுகளின் தொகுப்பேயாகும்.

சராசரி பயன்பாடு (Average Utility)

மொத்தப் பயன்பாட்டின் அலகுகளை இவ்வலகுகளைக் கொடுத்த நுகரும் பண்டங்களின் எண்ணிக்கையிளுல் வகுத்தால் கிடைப்பதுவே சராசரிப் பயன்பாடு என்று கூறப்படும். மேலே கூறிய எடுத்துக்காட்டின்படி ஒருவன் மூன்று ஆப்பிள் பழங்களை நுகர்வதால் மொத்தம் 36 அலகுகள் பெறுகிருன். அவன் எய்திய மொத்தப் பயன்பாட்டை (36 அலகுகளை) அவன் நுகர்ந்த மொத்தப் பொருள்களின் எண்ணிக்கையால் (3 ஆப்பிள்களால்) வகுத்தால் கிடைக்கக் கூடிய அளவே (12 அலகுகள்) சராசரிப் பயன்பாடு எனப்படும்.

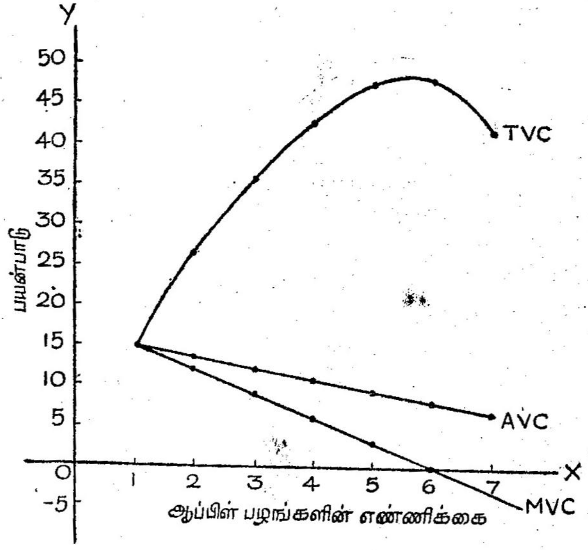
இறுதிநிலைப் பயன்பாடு (Margnial Utility)

ஒருவர் ஏற்கனவே வைத்திருக்கின்ற பொருளுடன் ஓரளவு பொருளைக் கூட்டுகிறபொழுது அவர் ஏற்கனவே வைத்திருக்கின்ற பொருளுடன் அதிகப்படியாகச் சேர்த்த பொருளே இறுதிநிலைப் பொருள் எனப்படும். மேலே கூறிய எடுத்துக்காட்டின்படி இரு ஆப்பிள்களுடன் மூன்ருவது ஆப்பிளை நுகர்விற்காக எடுத்துக் கொள்கிருர். மூன்ருவது பழத்தை இறுதிநிலை அலகு (Marginal Unit) என்கிரும். அவ்விறுதிநிலை அலகினை நுகர்ந்ததால் அந் நுகர்வோனுக்குக் கிடைத்த பயன்பாடு 9 அலகுகளாகும். எனவே, மூன்ருவது ஆப்பிள் பழத்தை நுகரும்போது அந் நுகர்வோனுக்குக் கிடைக்கின்ற பயன்பாடு (9 அலகுகள்) இறுதிநிலைப் பயன்பாடு ஆகும்.

மொத்தப் பயன்பாடு, இறுதிநிலைப் பயன்பாடு, சராசரிப் பயன்பாடு ஆகியவற்றின் போக்கை ஓர் அட்டவணையின் மூலமாகவும், வரைபடத்தின் மூலமாகவும் தெளிவாக அறியலாம்.

ஆப்பிள் பழங்களின் அலகுகள்	மொத்தப் பயன்பாடு	சராசரிப் பயன்பாடு	இறுதிநிலைப் பயன்பாடு
1	15	15	15
2	27	14	12
3	36	12	9
4	42	11	6
5	45	9	3
6	45	8	0
7	42	6	—3

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சு நுகர்வுப் பொருளாகிய ஆப்பிள்களின் எண்ணிக்கை அளவையும், OY என்ற அச்சு



படம் 8

நுகர்வுப் பொருளினால் கிடைக்கக்கூடிய பயன்பாட்டையும் காட்டுகிறது. வரைபடத்தில் TVC என்பது மொத்தப் பயன்

பாட்டின் வளைகோடாகவும், AVC என்பது சராசரிப் பயன்பாட்டு வளைகோடாகவும், MVC என்பது இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு வளைகோடாகவும் திகழ்கின்றன. அட்டவணையையும், வரை படத்தையும் ஒன்றுக வைத்துக் கொண்டு சில கருத்துகளை நாம் அறியலாம். முதலாவதாக மொத்தப் பயன்பாடு ஒரு நிலைவரை அதிகரித்துக் கொண்டே செல்கிறது. ஆனால், மிகக் குறைந்த வேகத்திலேயே அதிகரிக்கிறது. முதல் ஐந்து ஆப்பிள் பழங் களை நுகரும்போது அவைகளால் கிடைக்கக்கூடிய மொத்தப் பயன்பாடு அதிகரித்துக் கொண்டே செல்வதை நாம் அட்டவணை மூலம் அறியலாம். மேலும் குறைந்த வேகத்திலேயே அதிகரிப்பதை நாம் அறியலாம். இரண்டாவ தாகச் சராசரிப் பயன்பாடு கீழ்நோக்கிச் செல்கிறது. மூன்றுவ தாக இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறைந்துகொண்டு வந்து பூஜ்ஜிய நிலையை அடைகிறது. நுகர்வை மேலும் அதிகப்படுத்தும் போது இறுதிநிலைப் பயன்பாடு எதிர்மறையில் இயங்கத் தொடங்கும். நான்காவதாக இறுதிநிலைப் பயன்பாடு பூஜ்ஜிய நிலையிலிருக்கும்போது மொத்தப் பயன்பாடு உச்சக்கட்டத்தில் இருக்கிறது. ஐந்தாவதாக இறுதிநிலைப் பயன்பாடு எதிர்மறை யில் செயல்படத் தொடங்கும்போது மொத்தப் பயன்பாடு குறையத் தொடங்குகிறது.

காலப் பயன்பாடு (Time utility)

ஒரு பொருளை மிகவும் தேவைப்படும் காலத்தில் தரப்படுமே யானல் அது காலப் பயன்பாடு எனப்படும். பொருளைப் பாதுகாத்து வைத்திருந்து அப்பொருள் தேவைப்படும் காலத் தில் தரப்படும்போது அப்பொருளின் பயன்பாடு அதிகமாகவே காணப்படுகிறது. உற்பத்தி அதிகமான காலங்களில் அப் பொருளைச் சேர்த்து வைத்து உற்பத்திக் குறைவான காலங் களில் கிடைக்கும்படி செய்வதாகும். எடுத்துக்காட்டாக வேளாண்மைப் பொருள்களாகிய நெல், கோதுமை, போன்ற தானிய வகைகள் யாவும் சில பருவங்கள் மட்டுமே விளை கின்றன. இவ்வளவு தானியங்களை விளைவிக்கின்ற காலங்களில் சேர்த்து வைத்து ஏனைய காலங்களில் கிடைக்கும்படி செய்யும் போது அத்தானியங்களின் பயன்பாடு அதிகமாகிறது.

வடிவப் பயன்பாடு (Form utility)

ஒரு பொருளினுடைய வடிவத்தை மாற்றி அமைக்கும் போது அதனுடைய பயன்பாடு அதிகமாகிறது. தெளிவாகக் கூறவேண்டுமானல் ஒரு பொருளின் உருவத்தை மாற்றி

மக்களுக்கு உபயோகப்படக்கூடிய நிலையை ஏற்படுத்தும்போது அப்பொருளின் பயன்பாடு அதிகரிக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாகக் காட்டில் வளர்ந்து நிற்கின்ற மரங்களை வெட்டி அவைகளை அழகிய மனைதுணைப் பொருள்களாகச் செய்வதினாலும், கட்டியான தங்கத்தை மக்களுக்குப் பயன்படக்கூடிய வகையில் ஆபரணங்களாகச் செய்வதினாலும் அப்பொருள்களின் பயன்பாடு அதிகமாகிறது.

இடப் பயன்பாடு (Place utility)

ஒரு பொருளை அது அதிகமாகக் கிடைக்கும் இடத்திலிருந்து அப்பொருள் அதிகமாகத் தேவைப்படும் மற்ற இடங்களுக்கு மாற்றுவதன் மூலம் அப்பொருளின் பயன்பாடு அதிகரிக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக நெல் அதிகமாக விளையும் தஞ்சை மாவட்டத்திலிருந்து நெல் அதிகமாகத் தேவைப்படும் இராமநாதபுரம் போன்ற மற்ற மாவட்டங்களுக்கு மாற்றுவதால் அதுற்றின் பயன்பாடு அதிகரிக்கிறது.

பணிப் பயன்பாடு (Service utility)

பணிகளைச் செய்வதின் மூலம் பயன்பாடு தோன்றுகிறது. ஆசிரியர்கள், வழக்கறிஞர்கள், மருத்துவர்கள் போன்றோர் செய்யும் பணிகளை எடுத்துக்காட்டாகக் கூறலாம்.

பயன்பாடு-கருத்தின் திறனாய்வு :

(1) பயன்பாட்டைத் துள்ளிதமாக அளக்க முடியாது. பயன்பாடு என்பது மனிதனுடைய மன நிறைவைக் குறிக்கிறது. ஒரு பொருளை நுகரும்போது அப் பொருளால் கிடைக்கக்கூடிய பயன்பாடு ஒவ்வொரு நுகர்வோனின் உள்ளப் பாங்கினையும் பொறுத்தது. எனவே, சரியாகப் பயன்பாட்டை அளக்க முடியாது. ஆனால், அவன் அப் பொருளுக்காகக் கொடுக்க முன்வரும் விலையை வைத்து அப் பொருளின் மூலம் அவன் எதிர்பார்க்கும் பயன்பாட்டை அளக்கலாம் என்பது சரியான கருத்து அல்ல. ஏனெனில், கையில் பணம் குறைவாக இருக்கும்போது அதே பொருளுக்குக் குறைவான விலை கொடுக்க முயலுவதையும் நாம் காணலாம். எனவே, ஒருவன் ஒரு பொருளுக்காகக் கொடுக்கும் பணத்தால் பயன்பாட்டை அளக்க முடியாது.

(2) பயன்பாடு என்ற சொல்லுக்குத் திட்டமான கருத்து வரையறுக்கப்படவில்லை. ஒரு சில இடங்களில் மன நிறைவு

என்றும், சில இடங்களில் விருப்பம் என்றும் கையாளப் படுகிறது. மேலும் பயன்பாடு பொருள்களுக்குக் கொடுக்கப் படும் பணத்திற்கு அதாவது விலைக்குச் சமமாக இருக்கும் என்றும் சொல்லப்பட்டுள்ளது. உண்மையில் பயன்பாடு பொருளின் விலைக்குச் சமமாக இருப்பதில்லை.

குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி
(Law of Diminishing Marginal Utility)

விளக்கம் : நாம் ஒரு பொருளின் பல அலகுகளை ஒரே சமயத்தில் நுகரும்போது அப் பொருளின் மீதுள்ள விருப்பம் குறைந்து கொண்டு வருவதை நாம் காண்கிறோம். ஒருவர் ஒரு பொருளைச் சிறிதும் நுகராமல் இருக்கும்போது அவருக்கு அப் பொருளின் மேல் ஆர்வம் அதிகமாக இருக்கும். அப் பொருளை நுகரும்போது அவருடைய ஆர்வம் படிப்படியாகக் குறைந்து கொண்டே வரும். எடுத்துக்காட்டாக ஒருவர் மிகவும் பசியாக இருக்கிறார் என்று வைத்துக் கொள்வோம். அவருக்கு உணவின் மேல் மிகவும் ஆர்வம் இருக்கும். ஆனால், அவர் சாப்பிட ஆரம்பித்த சிறிது நேரத்திற்குள் அவருடைய விருப்பம் குறையத் தொடங்கும். முடிவில் அவரது விருப்பம் குறைந்து உணவு வேண்டாம் என்று வெறுத்து விடுகிறார். அதற்கு மேலும் அவர் உணவு உண்பாரேயானால் அதனால் கிடைக்கக் கூடிய விருப்பம் அவருக்கு எதிர்மறையாகவே அமையும். எனவே, அவன் பெறும் பயன்பாடு குறைந்து கொண்டே செல்லுவதினால் இக் கூற்றைக் குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி என்று கூறுவார்கள்.

பொருளியல் வல்லுநரான மார்சல் 'ஒருவனிடமுள்ள ஒரு பொருளின் கையிருப்பினளவை மேலும் மேலும் அதிகரிக்கும் போது ஒவ்வோர் அதிகரிப்பினாலும் உண்டாகின்ற அதிகப்படியான பயன்பாடு படிப்படியாகக் குறைந்து கொண்டே செல்லும்' என்று குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதியை விளக்குகிறார். (The additional benifit which a person derives from a given increase of his stock of a thing diminishes with every increase in the stock that he already has) இதனையே பேராசிரியர் போல்டிங் (Prof. Boulding) என்பவர் 'மற்றவைகள் மாறாதிருக்க ஏதாவது ஒரு பொருளின் நுகர்வின் அளவை மட்டும் அதிகரித்துக் கொண்டு செல்லும் போது, அதிகரிக்கப் பட்ட நுகர்வின் அளவை மட்டும் அதிகரித்துச் செல்லும்போது,

அதிகரிக்கப்பட்ட நுகர்வுப் பொருளின் மூலம் கிடைக்கின்ற பயன்பாடு குறைந்து செல்லும் என்று குறைந்து செல் பயன் பாட்டு விதிக்கு விளக்கம் கூறுகிருர்.

நிபந்தனைகள்

(1) நுகர்கின்ற பொருள் ஒரே தன்மையுடையதாகவும், ஒரே அளவுள்ளதாகவும் இருக்கவேண்டும். அதாவது நுகரப் படுகின்ற பொருள் ஆப்பிள் பழமாக இருக்குமேயானல் எல்லா ஆப்பிள் பழங்களும் ஒரே அளவினை உடையதாகவும், ஒரே ருசி யுள்ளதாகவும் இருக்கவேண்டும். இல்லையோ விதி செயல் படாது.

(2) நுகர்ச்சியானது ஒரே சமயத்தில் தொடர்ச்சியாக அமைந்திருக்க வேண்டும். நுகர்ச்சியின்போது ஓர் அலகை நுகர்ந்தபின் மற்றோர் அலகை நுகர்வதற்கு முன் இடைவெளி இருக்கக்கூடாது.

(3) ஒரு பொருளின் மேல் ஒருவனுக்கு அளவு கடந்த விருப்பம் இருக்குமானல் அம் மனிதனுக்கு இவ்விதி பொருந் தாது. எடுத்துக்காட்டாகக் குடிப்பதில் மூழ்கிய ஒருவனுக்குக் குடிக்கக் குடிக்கப் பயன்பாடு அதிகரிக்குமே தவிர குறைவ தில்லை.

(4) நுகர்வோனினுடைய, வருமானமும் விருப்பங்களும் மாருமல் இருக்கவேண்டும்.

(5) கிடைப்பதற்கு அரிதான பொருள்களுக்கு இவ்விதி பொருந்தாது. பழைய நாணயங்கள், அஞ்சல் தலைகள் போன்றவைகளின் மேல் உள்ள ஆர்வம் குறைவதில்லை. அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும்.

இத்தகைய நிபந்தனைகளைக் கொண்டே இவ்விதி செயல் படுகிறது. இவ் விதியானது எவ்விதம் செயல்படுகிறது என்பதற்கு ஓர் அட்டவணையின் மூலமாகவும், வரை படத்தின் மூலமாகவும் அறியலாம்.

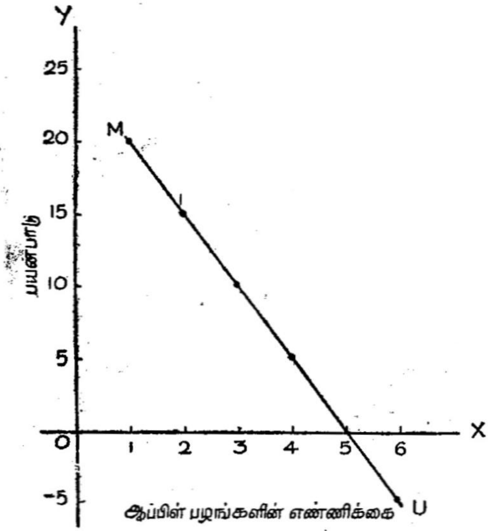
ஆப்பிள் பழங்களில் எண்ணிக்கை	மொத்தப் பயன்பாடு (அலகுகள்)	இறுதிநிலைப் பயன்பாடு (அலகுகள்)
1	20	20
2	35	15
3	45	10
4	50	5
5	50	0
6	45	—5

மேலே உள்ள அட்டவணைப்படி ஒருவன் தொடர்ந்து ஒரே அளவையும், ஒரே தன்மையுள்ள 6 ஆப்பிள்களை நுகர்கிருன் என்று வைத்துக் கொண்டால் அவன் 4 ஆப்பிள்களை நுகர்வது வரையிலும் அவனது மொத்தப் பயன்பாடு அதிகரிக்கும். இந்நிலையில் அவன் முழு மன நிறைவு பெறுகிருன். 5வது ஆப்பிள் பழத்தை நுகரும்போது அவனது மொத்தப் பயன்பாடு அதிகரிக்காமல் முதலில் இருந்த அதே அளவு இருக்கிறது. ஆனல், மேலும் ஓர் ஆப்பிளை அவன் நுகரும்போது அவனது மொத்தப் பயன்பாடு அதிகரிக்காமல் குறையத் தொடங்குகிறது.

எனவே, ஒரு குறிப்பிட்ட நிலை வரையிலும் மொத்தப் பயன்பாடு அதிகரித்துக் கொண்டே சென்று பின் குறையத் தொடங்குகிறது. ஆனல், மொத்தப் பயன்பாடு குறைந்த அளவு வீதத்திலேயே அதிகரிக்கிறது என்பது குறிப்பிடத்தக்கது.

இறுதிநிலைப் பயன்பாடு என்பது ஓர் அலகின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டினைக் குறிக்கிறது. அதாவது முதலாவது ஆப்பிளின் பின் இரண்டாவது ஆப்பிள் பழத்தை நுகர்வதின் மூலம் நுகர்வோனுக்குக் கிடைத்த கூடுதலான பயன்பாடு 15 அலகுகள் ஆகும். இதுவே இறுதிநிலைப் பயன்பாடு எனப்படும். பொருளின் அலகினை அதிகரிக்க இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறைவதை அட்டவணை மூலம் அறியலாம். ஒரு குறிப்பிட்ட நிலைக்குப் பின் மேலும் நுகர்வை அதிகரிக்கும் போது அதனல்

கிடைக்கக் கூடிய இறுதிநிலைப் பயன்பாடு எதிர்மறையாகச் செயல்படத் தொடங்கும். இதனை ஒரு வரைபடம் மூலம் விளக்கலாம்.



படம் 9

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சு ஆப்பிள் பழங்களின் எண்ணிக்கையையும், OY என்ற அச்சுப் பயன்பாடுகளையும் குறிக்கிறது. ஆப்பிள்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க அவைகளால் கிடைக்கக் கூடிய இறுதிநிலைப் பயன்பாடுகள் குறைந்து கொண்டே வரும். வரைபடத்தில் 4 ஆப்பிள்களை நுகரும்போது இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறைந்து கொண்டே வருகிறது. 5வது ஆப்பிள் பழத்தை நுகரும்போது இறுதிநிலைப் பயன்பாடு இல்லாமல் போய், மேலும் ஓர் ஆப்பிள் பழத்தை நுகரும்போது இறுதிநிலைப் பயன்பாடு எதிர்மறையாகப் போவதை வரைபடம் விளக்குகின்றது. வரைபடத்தில் Mu என்ற கோடு இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டுக் கோடாக விளங்குகிறது.

விதி விலக்குகள்

(1) கிடைப்பதற்கு அருமையான பொருள்களாகிய கலைச் சிற்பங்கள், கலைச்சிறப்புடைய பண்டங்கள் போன்றவைகளினால்

ஏற்படும் பயன்பாடு அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும். எனவே, அரிய பொருள்களில் இவ்விதி பயன்படுவதில்லை.

(2) போதைத் தரக்கூடிய பொருள்களாகிய கஞ்சா, மது, சாராயம் போன்ற பொருள்களிலும் இவ்விதி செயல்படுவதில்லை. இப் பொருள்களை நுகரும்போது இறுதிநிலைப் பயன்பாடு அதிகரிக்குமே தவிர குறைவதில்லை.

(3) ஒரு பொருளை நுகர ஆரம்பிக்கும்போது இவ்விதி செயல்படுவதில்லை. ஆரம்பத்தில் பயன்பாடு அதிகரித்துச் செல்லும். ஒரு குறிப்பிட்ட நிலைக்குப் பின்பே பயன்பாடு குறைகிறது.

முக்கியத்துவம்

இவ்விதி பல வரையறைகளுக்குட்பட்டிருந்த போதிலும் நடைமுறையில் மிகவும் முக்கியம் வாய்ந்த ஒரு விதியாக விளங்குகிறது.

(1) நுகர்வோன் ஒவ்வொரு நுகர்வுப் பொருளையும் அதிகரிக்கும்போது எவ்வாறு அவன் மனநிறைவு பெறுகிறன் என்பதை இவ்விதி விளக்குகிறது.

(2) தொழில் முயல்வோன் உற்பத்திக் காரணிகளின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனை வைத்து அவைகளை உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்துகிறன். எனவே, இங்கேயும் இவ்விதி பயன்படுகிறது.

(3) பகிர்விலும் இவ்விதி மிகவும் துணை புரிகிறது. உற்பத்திக் காரணிகளின் ஊதியத்தை அவைகளின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனுக்கேற்ப இங்கு நிருணயிக்கப்படுகின்றது.

எனவே, இன்றைய நிலையில் இவ்விதி மிகவும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக விளங்குகின்றது.

சம இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி

(Law of Equi—Marginal Utility)

விளக்கம் : இவ் விதியை முதலாவதாக உருவாக்கியவர் ஆஸ்திரேலியப் பொருளியல் வல்லுநரான கோசன் (Gossen) ஆவார். இவ்விதி இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதியையே தழுவி

அமைக்கப்பட்டுள்ளது. இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி ஒரு பொருளின் மூலம் மனிதன் எவ்வாறு மன நிறைவைப் பெறுகிறான் என்று விளக்குகின்றது. ஆனால், இவ்விதி ஒரு குறிப்பிட்டப் பணத்தொகையின் மூலம் பல பொருள்களை வாங்கி அதன் மூலம் எவ்வாறு உச்சநிலை மன நிறைவைப் பெற முடியும் என்று விளக்குகின்றது. நடைமுறையில் ஒவ்வொரு மனிதனும் தான் ஈட்டிய பணத்தைக் கொண்டு பல பொருள்களையடைந்து, அதன் மூலம் உச்சநிலை மொத்தப் பயன்பாட்டைப் பெற விரும்புகிறான். இதனையே பொருளியல் வல்லுநரான மார்சல் 'ஒருவனிடம் பல முறைகளில் உபயோகப் படுத்தத் தக்க ஒரு பொருள் இருக்குமேயானால், அதை எல்லா உபயோகங்களிலும் பகிர்ந்தளித்து அவைகளின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டைச் சமமாக இருக்கச் செய்வான்' (If a person has a thing which he can put in several uses, he will distribute it among these uses in such a way that it has the same marginal utility in all) என்று கூறுகின்றார். பொருளியல் வல்லுநரான மார்சலின் கருத்தைத் தெளிவாகக் கூறவேண்டுமானால், இவ்வாறு விளக்கலாம். ஒருவன் வைத்திருக்கும் பணத்தைப் பலவகையிலும் உபயோகப்படுத்த முடியும். அப் பணத்தின் மூலம், அவன் மொத்த உச்சநிலைப் பயன்பாட்டைப் பெறவேண்டும் என்று விரும்பினால், அவன் ஒவ்வொரு பொருளுக்காகவும் செலவிடும் இறுதிநிலைப் பணத்திற்கு, அப் பொருளினால் கிடைக்கின்ற பயன்பாடு சமமாக இருக்க வேண்டும். இவ்வாறு அப் பணத்தால் வாங்கப்படுகின்ற எல்லாப் பொருள்களின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடும் சமமாக இருக்கும்போது மொத்தப் பயன்பாடும் உச்சநிலையில் அமையும்.

சம இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டையும் விலையையும் ஓர் அட்டவணையின் மூலமாக விளக்கலாம்.

எடுத்துக்காட்டாக ஒருவன் ரூபாய் 4 வைத்திருக்கிறான் என்று வைத்துக் கொள்வோம். அந்த ரூபாய் 4-ன் உதவியால் அவன் ஆப்பிள் பழங்களையும், கொய்யாப் பழங்களையும் வாங்க விரும்புகிறான் என்று வைத்துக்கொள்வோம். ஓர் ஆப்பிளின் விலை 55 பைசா என்றும், ஒரு கொய்யாப் பழத்தின் விலை 30 பைசா என்றும் வைத்துக் கொண்டால், உச்சநிலைப் பயன்பாட்டைப் பெறுவதற்காக அவன் ஒவ்வொரு நுகர்வுப் பொருளின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடும் அப் பொருள்களின் விலைக்கு ஏற்றபடி இருக்கும்படி அப்பொருளில் பணத்தைச் செலவிடுவான். இதனை ஓர் அட்டவணையின் மூலம் அறியலாம்.

பொருள்களின் எண்ணிக்கை	ஆப்பிள்களின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு (அலகுகள்)	கொய்யாப் பழத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு (அலகுகள்)
1	70	80
2	65	70
3	60	60
4	55	50
5	50	40
6	45	30
7	40	20

நுகர்வோன் ஒவ்வொரு பொருளிலும் அப் பொருளின் இறுதி நிலைப் பயன்பாடும், அப் பொருளின் விலையும் சமமாக இருக்கும் படி பணத்தைச் செலவு செய்வான் என்று நாம் மேலே அறிந்தோம். அதன்படி ஆப்பிள் பழத்தை எடுத்துக் கொண்டால் அதன் விலை 55 பைசாவாகும். 4 பழங்களை வாங்குவதினிமித்தம் அப் பழத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடும் விலையும் சமமாகிறது. 4வது ஆப்பிள் பழத்தின் மூலம் 55 அலகுகள் இறுதி நிலைப் பயன்பாடு கிடைக்கிறது. அதேபோல் 6 கொய்யாப் பழங்களை வாங்குவதினிமித்தம் இறுதிநிலைப் பயன்பாடும் (30 அலகுகள்) விலையும் (30 பைசா) சமமாகிறது. எனவே நுகர்வோன் 4 ஆப்பிள்களையும், 6 ~~ஆப்பிள்களையும்~~ வாங்குவதினிமித்தம் அவனுடைய மொத்தப் பயன்பாடு உச்சநிலையிலிருக்கும். ஏனெனில், இந்நிலையே ஒவ்வொரு பொருளின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடும், அதன் விலையும் சமமாக இருக்கின்றது. சம இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டுக் கருத்திற்குக் கீழேயுள்ள வாய்பாட்டையும் எடுத்துக் கொள்ளலாம்.

$$\frac{\text{முதல் பொருளின் இறுதி நிலைப் பயன்பாடு}}{\text{முதல் பொருளின் விலை}} = \frac{\text{இரண்டாம் பொருளின் இறுதி நிலைப் பயன்பாடு}}{\text{இரண்டாம் பொருளின் விலை}} = \frac{\text{மூன்றும் பொருளின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு}}{\text{மூன்றும் பொருளின் விலை}}$$

மேலே உள்ள அட்டவணைப்படி

$$\frac{55}{55} = \frac{30}{30} = 1$$

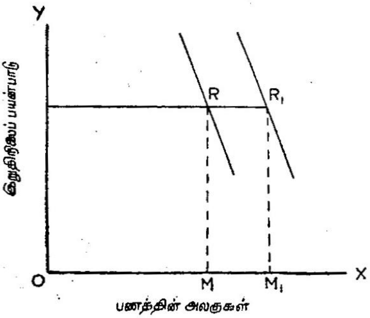
ஒரு பயன்பாடு ஒரு பைசாவிற்குக் கிடைக்கின்றபடி நுகர்வோன் பணத்தைச் செலவு செய்கிருன். ரூபாய் 4ஐக் கொண்டு 4 ஆப்பிள்களை, ஒன்று 55 பைசா வீதமும் 6 கொய்யாப் பழங்களை, ஒன்று 30 பைசா வீதமும் வாங்குவதனுல் உச்ச நிலை மொத்தப் பயன்பாட்டைப் பெறமுடியும்.

சம இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதியை ஓர் அட்டவணையின் மூலம் விளக்கலாம். ஒருவர் மூன்று ரூபாய் வைத்துள்ளார் என்றும், அதைக் கொண்டு ஆப்பிள் பழமும், கொய்யாப் பழமும் வாங்க விரும்புகிருர் என்று வைத்துக் கொள்வோம். எந்த நிலையில் இரு பொருள்களையும் அவர் வாங்கினுல் அதனுல் ஏற்படக்கூடிய பயன்பாடு உச்சநிலையில் அமையும் என்பதை ஓர் அட்டவணை மூலம் அறியலாம்.

ரூபாய்	ஆப்பிள் பழத்தின் பயன்பாடு (அலகுகள்)	கொய்யாப் பழத்தின் பயன்பாடு (அலகுகள்)
1	35	30
2	30	25
3	25	20

மேலே உள்ள அட்டவணைப்படி முதல் ரூபாயினுல் ஆப்பிள் பழம் வாங்குவதால் 35 அலகுகள் பயன்பாடும், இரண்டாவது ரூபாயால் ஆப்பிள் வாங்குவதினுல் 30 அலகுகள் பயன்பாடும் கிடைக்கிறது. மூன்ருவது ரூபாயை ஆப்பிள் வாங்க முயல்வதைவிட, கொய்யாப் பழம் வாங்குவதே சிறந்தது. ஏனெனில், ஆப்பிள் மூலம் 25 அலகுகளே பயன்பாடு கிடைக்கும். ஆனுல், அந்த மூன்ருவது ரூபாயைக் கொண்டு கொய்யாப் பழம் வாங்கும்போது 30 அலகுகள் பயன்பாடுகளாகக் கிடைக்கும். எனவே, இரண்டு ரூபாயை ஆப்பிள் வாங்குவதிலும், மீதி ஒரு ரூபாயைக் கொண்டு கொய்யாப் பழம் வாங்குவதிலும் நுகர்வோன் உச்சநிலைப் பயன்பாட்டைப் பெற

முடிகிறது. இரண்டு ரூபாயை ஆப்பிள் பழம் வாங்குவதில் செலவிடுகின்றபோது (35+30) 65 பயன்பாடும், மீதி ஒரு ரூபாயைக் கொய்யாப் பழம் வாங்குவதில் செலவிடுகின்றபோது 30 பயன்பாடும் கிடைக்கின்றது. எனவே, மொத்தமாக (65+30) 95 பயன்பாடு கிடைக்கின்றன. இதுவே அந் நுகர்வோனுக்குக் கிடைக்கக்கூடிய மொத்த உச்சநிலைப் பயன் பாடாகும். இதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.



படம் 10

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சு பணத்தின் அளவையும், OY என்ற அச்சு இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டையும் குறிக்கின்றன. இரு பொருள்களிலும் OM அளவுப் பணமும், OM_1 என்ற அளவுப் பணமும் செலவிடப்படுகின்றன. அப்போது இரண்டின் இறுதி நிலைப் பயன்பாடும் சமமாக ($RM = R_1M_1$) இருப்பதைக் காணலாம்.

எனவே, சம இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டின்படி நுகர்கின்ற பொருள்களின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடும் அவைகளின் விலையும் சமமாக இருக்கும்போது நுகர்வோன் உச்ச நிலையில் பயன்பாடு எய்த முடிகிறது.

நுகர்வோர் எச்சம்
(Consumer's Surplus)

நுகர்வோர் எச்சம் என்ற கருத்து அல்லது கோட்பாடு மார்சல் என்பவரால் பொருளியலில் இடம் பெற்றது. சந்தையில் பொருள் வாங்கும் ஒவ்வொருவனுடைய பட்டறிவையும் அடிப்படையாகக் கொண்டதே நுகர்வோர் எச்சமாகும். நாம் சந்தையில் ஒரு பொருளை வாங்கச் செல்கிறோம். சந்தைக்குச் சென்று வாங்குவதற்கு முன்னர் அப் பொருளுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட விலை தரலாம் என்று முன்கூட்டியே மனத்தில் ஏற்படுத்திக் கொள்கிறோம். உண்மையில் வாங்கும்பொழுது நம் மனத்தில் இருத்திக் கொண்ட விலையைக் காட்டிலும் குறைந்த விலைக்கே அப்பொருளை வாங்கிவிடுகிறோம் என்று கொள்ளுவோம். இவ்வாறு நாம் பொருள்களை வாங்குவதற்குத் தயாராக இருக்கும்

விலைக்கும் உண்மையில் நாம் தரும் விலைக்கும் உள்ள வேறுபாட்டினை நுகர்வோர் எச்சம் (Consumer's Surplus) என்கிறோம்.

நுகர்வோர் எச்சத்தை ஓர் எடுத்துக்காட்டின் வாயிலாக விளக்குவோம். அதிகப் பசியுடன் இருக்கும் ஒருவன் ஒரு சாப்பாட்டிற்கு ரூ. 1.50 கொடுக்கத் தயாராகயிருக்கிறான் எனக் கொள்வோம். ஆனால், அதே சாப்பாடு அவனுக்கு ரூ. 1·00க்குக் கிடைக்கிறது என்று கொள்ளுவோம். எனவே, அவனுக்கு 50 காசுகளுக்குச் சமமான பயன்பாடு எச்சமாக அல்லது அதிகமாகக் கிடைக்கிறது. இந்த எச்சம் அல்லது அதிகத்தை நுகர்வோர் எச்சம் என்று கூறுகிறோம்.

மார்சல் இக் கொள்கையைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறுகிறார். 'ஒருவர் ஒரு பொருளை இல்லாமல் போவதைக் காட்டிலும், வாங்குவதே மேல் என்ற கருத்தில், அதிகமாக அவர் தரத் தயாராக இருக்கும் விலைக்கும் அவர் உண்மையில் கொடுத்த விலைக்கும் உள்ள வேறுபாட்டினைப் பொருளியலில் நுகர்வோர் எச்சம்' என்கிறோம்.

(Marshall,—'The excess of the price which the Consumer would be willing to pay rather than go without the thing, over that which he actually does pay, is the economic measure of surplus satisfication.') சுருக்கமாகக் கூறின் நுகர்வோர் எச்சம் என்பது கற்பனை விலைக்கும் உண்மை விலைக்கும் உள்ள வேறுபாட்டினைக் குறிக்கும்.

இக் கோட்பாட்டினை முதன்முதலாகக் கண்டு பிடித்தவர் பிரெஞ்சுப் பொறியாளராகிய சூல்ட்டுபிட் (Jules Dupuit) என்பவராவார். இக் கோட்பாட்டினை இவர் 1844 ஆம் ஆண்டு கண்டுபிடித்தார். ஆனால், இக் கோட்பாட்டிற்கு மெருகூட்டியவர் மார்சல் ஆவார். 1890 ஆம் ஆண்டில் வெளியிட்ட 'பொருளியல் கோட்பாடுகள்' (Principles of Economics) என்ற நூலின் வாயிலாக மார்சல் இக் கோட்பாட்டினைப் பரப்பினார்.

இக் கோட்பாடு குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதியின் அடிப்படையில் ஏற்பட்டுள்ளது. ஒரு பொருளின் இருப்பு அதிகரிக்க அதிகரிக்க அப் பொருளிலிருந்து நுகர்வோருக்குக் கிடைக்கும் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறைந்து

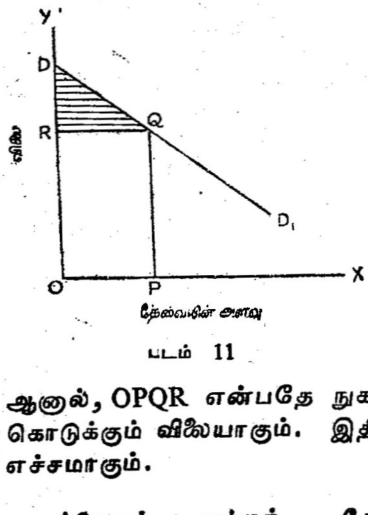
செல்கிறது என்பதைக் குறைந்து செல் பயன்பாட்டு விதி கூறுகிறது. ஒரு பொருளின் விலை அதன் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டிற்குச் சமமாகும். ஒரு பொருளின் இருப்புக் குறைவாகயிருக்கும்பொழுது அதன் பயன்பாடு அதிகமாக இருக்கும். பயன்பாடு அதிகமாக இருக்கும் பொழுது அப் பொருள் அதிக விலையைப் பெறுகிறது. மாறாக அப் பொருளின் இருப்புக் குறையக் குறைய அதன் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறைகிறது. இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறைவதால் விலையும் குறையும். ஆனால், சந்தையில் ஒரே பொருளுக்குப் பல விலைகள் இருக்க முடியாது. எனவே, இறுதிநிலை அலகிற்கு எவ்வளவு விலை கொடுக்கிறோமோ அதே விலையே அதிகப் பயன்பாட்டினைக் கொடுக்கும் முதல் அலகிற்கும் கொடுக்கப்படுகிறது. இந்நிலையில் முதல் அலகிற்கு அதிக விலை கொடுக்கத் தயாராக இருப்பார்கள். ஆனால், சந்தையில் அவர் கொடுப்பதோ குறைந்த விலையேயாகும். இவ்விரு விலைகளுக்குமிடையேயுள்ள வேறுபாட்டினை நுகர்வோர் எச்சம் என்று கூறுகிறோம்.

நுகர்வோர் எச்சத்தைக் கீழ்க்கண்ட எடுத்துக்காட்டின் வாயிலாக விளக்குவோம்.

பழத்தின் அலகுகள்	இறுதிநிலைப் பயன்பாடு (கற்பனை விலை)	உண்மை விலை	நுகர்வோர் எச்சம்
1	10 காசு	5 காசு	5
2	9 ,,	5 ,,	4
3	8 ,,	5 ,,	3
4	7 ,,	5 ,,	2
5	6 ,,	5 ,,	1
6	5 ,,	5 ,,	0
மொத்தம்	45	30	15

மேற்கண்ட அட்டவணையில் நுகர்வோர் 6 பழங்களை உண்பதாகக் கொள்வோம். முதல் பழத்தை நுகருவதால்

அவர் கொடுக்கத் தயாராகும் விலை 10 காசுகளும்; ஆனால், உண்மையில் கொடுத்தது 5 காசுகளும் ஆகும். இந் நிலையில் அவர் அடையும் எச்சம் 5 ஆகும். சந்தையில் உண்மை விலை மாருமல் இருக்கும் என்பதை இந்த அட்டவணையில் காணலாம். நுகரும் அலகுகள் அதிகரிக்க அதிகரிக்க அவருடைய பசியின் வேகம் குறைந்து கொண்டே செல்வதால் இறுதிநிலைப் பயன் பாடு அல்லது அவர் கொடுக்கத் தயாராயிருக்கும் விலை (கற்பனை விலை) குறைந்து கொண்டே செல்வதைக் காண லாம். இறுதியில் அவர் நுகரும் 6 பழங்களின் பயன்பாடு அல்லது அவர் கொடுக்கத் தயாராயிருக்கும் விலை 45 காசுகள். ஆனால், 6 பழங்களின் உண்மை விலை 30 காசுகள். இவற்றிற்கு இடையேயுள்ள வேறுபாடான 15 காசுகளையே நுகர்வோர் எச்சம் என்று கூறுகிறோம்.



படம் 11

நுகர்வோர் எச்சக் கோட்பாட்டினை வரை படத்தின் வாயிலாகவும் விளக்க லாம். படத்தில் OR என்பது பொருளின் விலையைக் குறிக் கிறது. OP என்பது OR என்ற விலையில் தேவையின் அளவைக் குறிக்கிறது. OP என்ற தேவையின் அளவினைப் பெறு வதற்கு நுகர்வோர் கொடுக்கத் தயாராகயிருக்கும் விலையை OPQD என்பது குறிக்கிறது. ஆனால், OPQR என்பதே நுகர்வோர் OP என்ற பொருளுக்குக் கொடுக்கும் விலையாகும். இதில் RQD என்பதே நுகர்வோர் எச்சமாகும்.

நுகர்வோர் எச்சக் கோட்பாட்டிற்குள்ள மறுப்புகள் (Criticisms)

பொருளியல் வல்லுநர்களான இராபின்சன் (Robinson); கேனன் (Cannan); சாமுவல்சன் (Samuelson); நிக்கல்சன் (Nicholson); தேவன்போர்ட் (Devanport) போன்றவர்கள் மார்சலின் நுகர்வோர் எச்சக் கோட்பாட்டினைக் கடுமையாக எதிர்க்கின்றனர்.

1. சாமுவல்சன், பேராசிரியர் நிக்கல்சன் போன்ருேர் இது அவைக்குதவாத கற்பனை என்று குற்றம் சாட்டுகிருர்கள்.

இக் கோட்பாட்டினை வைத்துக்கொண்டு ஒன்றும் செய்ய முடியாது என்றும், இக் கோட்பாடு பழம் பெருமையும், கொள்கை என்ற அளவில் மட்டும் முக்கியத்துவம் பெற்றது என்றும், கணக்கின் ஒரு விளையாட்டு என்றும் பொருளியலில் மிகக் குறைந்த அளவு முக்கியத்துவம் பெற்றது என்றும் சாமுவல்சன் கூறுகிறார். எனவே, நுகர்வோர் எச்சக் கோட்பாட்டினைப் பொருளியலிலிருந்தே எடுத்துவிடவேண்டும் என்பதே இவர்களின் வாதமாகும்.

2. மார்சலின் இக் கோட்பாடு பயன்பாட்டினை அல்லது மன நிறைவை அளக்க முடியும் என்ற அடிப்படையில் ஏற்படுத்தப்பட்டது. ஆனால், உண்மையில் பயன்பாடு அளக்க முடியாத ஒன்று; அது மன நிலையைப் பொறுத்தது. பயன்பாட்டினை வரிசைப்படுத்த முடியுமே தவிர அளக்க முடியாது. அது ஆளுக்கு ஆள் மாறுபடும் தன்மையைப் பெற்றது.

3. பகட்டுப் பொருள்கள் செல்வந்தர்கள் மட்டுமே பயன்படுத்தக் கூடியவைகள். அவர்கள் இவற்றிற்கு அதிக விலை கொடுக்கத் தயாராக இருப்பார்கள். வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாத பொருள்களுக்குப் பயன்பாடு எல்லையற்றதாக இருக்கும். எனவே, பேராசிரியர் டாசிக் (Prof. Taussig) என்பவருடைய கருத்தின்படி பகட்டுப் பொருள்களுக்கும், வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாதப் பொருள்களுக்கும் நுகர்வோர் எச்சத்தை அளவிடுவது கடினம். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு செல்வந்தர் காட்டில் சிக்கிக் கொண்டதாகவும் நீருக்காக மிகவும் இன்னல் படுவதாகவும் கொள்வோம். இந் நிலையில் அவருக்கு நீர் மிக இன்றியமையாத பொருளாகும். அவர் ஒரு கோப்பை நீருக்காகத் தன்னுடைய செல்வம் அனைத்தையும் கொடுக்கத் தயாராக இருப்பார். எனவே, வாழ்க்கைக்கு மிகவும் இன்றியமையாதப் பொருளுக்குப் பயன்பாடு எல்லையற்றதாகயிருக்கும். எனவே, அவர்களுடைய நுகர்வோர் எச்சத்தை எளிதில் அளவிட முடியாது.

4. கற்பனை விலை அல்லது அவர் கொடுக்கத் தயாராகயிருக்கும் விலையை எல்லாப் பொருளுக்கும் கண்டுபிடிக்க முடியாது. எனவே, நுகர்வோர் எச்சத்தைக் குறிப்பாகக் காண இயலாது.

5. மார்சல் தன்னுடைய கோட்பாட்டில், நுகர்வோர் பொருள்களை வாங்குவதை அதிகரிப்பதால், பணத்தின் இறுதி நிலைப் பயன்பாடு மாறாமல் இருக்கிறது என்று கூறியுள்ளார்.

இது தவருகும். உண்மையில் பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடும் உயருகிறது என்பதை நாம் உணர முடியும். இக்கருத்தையே பேராசிரியர் இக்சு (Prof. Hicks) வலியுறுத்துகிருர்.

6. பொருளியலை இன்பியல் பொருளியல் (Pleasure economy) என்றும் துன்பியல் பொருளியல் (Pain economy) என்றும் இரு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம் பேட்டன் (Patten) என்பவர் நுகர்வோர் எச்சக்கோட்பாடு இன்பியல் பொருளியலுக்கு மட்டுமே பொருந்தும் என்றும் துன்பியல் பொருளியலுக்குப் பொருந்தாது என்றும் சுட்டிக்காட்டுகிருர். இன்பியல் பொருளியல் என்பது வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாத பொருள்களைப் பயன்படுத்தும் நிலையாகும். இப் பொருளியலில் நுகர்வோர் எச்சத்தை அளவிட இயலாது. இன்பப் பொருளியலில் மக்கள் தங்கள் வாழ்க்கையைப் போற்றும் அளவைவிட செல்வம் உடைய நிலையைக் குறிக்கிறது. எனவே, நுகர்வோர் எச்சக் கோட்பாடு இந் நிலைக்கு மட்டும் பொருந்தும்.

நுகர்வோர் எச்சக்கோட்பாட்டின் முக்கியத்துவம்

நுகர்வோர் எச்சக்கோட்பாட்டின் மீது மேற்கூறிய குறைகள் இருப்பினும் நம்முடைய அன்ருட வாழ்க்கையில் நுகர்வோர் எச்சப்பாடு இருப்பதை நாம் காணலாம். நுகர்வோர் எச்சத்தைச் சரியான முறையில் அளவிடுவதில் சில குறைகள் இருப்பினும் பொருளியல் கொள்கைகளிலும், நடைமுறையிலும் அதன் பயன்கள் மிகுந்திருப்பதை ஏற்றுக்கொண்டே ஆக வேண்டும். அவைகளில் சிலவற்றை இங்குக் குறிப்பிடலாம்.

1. இரு இடங்களில் உள்ள வாழ்க்கையை ஒப்பிட உதவுகிறது. பொருளியல் சூழ்நிலையைப் பொறுத்து ஒருவன் அடையும் பயன்களை இக்கோட்பாடு சுட்டிக்காட்டுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக முன்னேற்றமடைந்த இங்கிலாந்து, அமெரிக்கா போன்ற நாடுகளில் பொருள்களும் பணிகளும் முன்னேற்றமடையாத நாடுகளைக் காட்டிலும் அதிகமான அளவில் கிடைக்கின்றன. எனவே, அமெரிக்காவில் ஒருவன் ரூ 200ஐ வைத்துக் கொண்டு மிக வசதியாகவும் நன்ருகவும் இருக்க முடிக்கிறது. மாருக முன்னேற்றமடையாத நாடுகளில் ரூ 400ஐக் கொண்டு கூட அந்த அளவுக்கு வசதியாகவும் நன்ருகவும் இருக்கமுடிவதில்லை. இதிலிருந்து அமெரிக்காவில் வசிக்கும் ஒரு

மனிதன் முன்னேற்றமடையாத நாடுகளில் உள்ள ஒரு மனிதனை விட அதிக நுகர்வோர் எச்சத்தை அடைகிறான் என்பது புலப்படும். நுகர்வோர் எச்சத்தின் அளவு அதிகமாயிருப்பின் மக்கள் நல்ல நிலையில் உள்ளார்கள் எனத் தெரிந்து கொள்ளலாம்.

முற்றுரிமையில் விலையை நிருணயிப்பதற்கு உதவுகிறது

2. நுகர்வோர் எச்சம் உள்ள பொருள்களையே மக்கள் வாங்க விழைவர். நுகர்வோர் சிறிதளவாவது நுகர்வோர் எச்சம் பெற வழி செய்யும் அளவுக்கு முற்றுரிமையாளர் விலையை நிருணயிக்க வேண்டும். அவ்வாறு விலையை நிருணயித்தால்தான் முற்றுரிமையாளர் தன் நலனைக்காக்க முடியும். இன்றேல் அவர் நுகரும் மக்களின் எதிர்ப்பையும், அரசின் கூடுறுவல்களையும் சந்திக்க நேரிடும்.

3. பயன்பாட்டு மதிப்பையும் (Value-in-use) மாற்று மதிப்பையும் (Value-in exchange). வேறுபடுத்திக்காட்டுகிறது. தங்கம், வைரம் போன்ற பொருள்களுக்குச் சிறிதளவு பயன்பாட்டு மதிப்பும், பெரிய அளவில் மாற்று மதிப்பும் உண்டு. இத்தகைய பொருள்களின் நுகர்வோர் எச்சம் சிறிதளவேயிருக்கும். மாறாக உப்புப் போன்ற பொருள்களுக்குப் பயன்பாட்டு மதிப்பு மிகுந்தும், மாற்று மதிப்புக் குறைந்தும் காணப்படும். இத்தகைய பொருள்களின் நுகர்வோர் எச்சம் மிகுதியான அளவில் இருக்கும். நுகர்வோர் எச்சத்தின் அளவிலிருந்தே இவ்விரு மதிப்புகளின் வேறுபாடுகளை உணரலாம். மேலும், ஒரு பொருளுக்குப் பயன்பாட்டு மதிப்பு உண்டா அல்லது மாற்று மதிப்பு உண்டா அல்லது இல்லையா என்பதை அறிந்து கொள்லாம்.

4. பன்னாட்டு வாணிகத்தில் கிடைக்கும் இலாபத்தைக் கணக்கிட உதவுகிறது. வாணிகத்தின் விளைவாக நுகர்வோர் எச்சம் அதிகமாக இருந்தால் பன்னாட்டு வாணிகத்தில் இலாபம் கிடைத்தது என்று கொள்ளலாம். இறக்குமதியாகும் பொருள்களுக்கு மக்கள் அதன் உண்மை விலையைவிட அதிகம் கொடுத்து வாங்க விரும்பினால் அதில் நுகர்வோர் எச்சம் உண்டு என்று கருதுகிறோம். இது பன்னாட்டு வாணிகத்தில் கிடைக்கும் நன்மைகளை அளவிட உதவுகிறது.

5. மார்சலின் கருத்துப்படி இக் கோட்பாடு பொருள்களின் மீது வரி விதிக்கும் பொழுதும், பொருள்களுக்கு உதவித்தொகை

வழங்குவதிலும் நிதியமைச்சருக்கு உதவுகிறது என்று சொல்லலாம். ஒரு பொருளுக்கு வரி விதிக்குமுன்னர் அப் பொருளுக்கு எவ்வளவு பணம் தந்து வாங்க மக்கள் தயாராகயிருப்பார்கள் என்று நிதியமைச்சர் அறிய வேண்டும். எந்தப் பொருளின் மீது மக்கள் அதிகம் விலே கொடுத்துவாங்கத் தயாராக உள்ளார்களோ அப் பொருளின் மீது மக்களின் நலம் குன்ருமலும், அரசுக்கும் நல்ல வருவாய்கிட்டவும், வரியை விதிக்கலாம். குறைந்து செல் விளைவு விதியின்படி செயலாற்றும் தொழில்களின் பொருள்களின்மீது வரிவிதிக்கும் பொழுது நுகர்வோர் இழப்பதைக்காட்டிலும் அரசுக்கு அதிக வருவாய் கிட்டும். மாருக வளர்ந்து செல் விளைவு விதியின் கீழ் செயலாற்றும் தொழில்களின் மீது உதவித் தொகை (subsidy) அரசு கொடுத்தால் அரசுக்கு ஏற்படும் இழப்பை விட அதிகப் பயனை நுகர்வோர் பெறுவர். எனவே, நுகர்வோர் எச்சக் கோட்பாடு பொருள்களின் மீது வரிவிதிக்கவும், சில பொருள்களுக்கு உதவித் தொகை அளிக்கவும் போன்ற நடவடிக்கை எடுக்க நிதியமைச்சருக்கு வழிகாட்டியாக விளங்குகிறது.

நுகர்வோர் எச்சக்கோட்பாடு பலவித குற்றங்களுக்குத் தள்ளப்படினும் பொருளியலில் இக்கோட்பாடு மிகச் சிறந்த இடத்தைப் பெறுகிறது. மார்சல் தன்னுடைய கோட்பாட்டினைச் சில உண்மையற்ற எடுகோள்களின் அடிப்படையில் அமைத்திருந்தார். இக்கோட்பாட்டினை இத்தகைய எடுகோள்களை அகற்றி இக்ச் (Hicks) மீண்டும் வெளிப்படுத்தினர். இக்ச் தன்னுடைய நூலான 'மதிப்பும் முதலும்' (Value and Capital) என்ற நூலில் நுகர்வோர் எச்சக் கோட்பாட்டினை மாறுபட்ட உருவில் விளக்கியுள்ளார். இன்று இக்சின் நுகர்வோர் எச்சக்கோட்பாடு பொதுவாக எல்லோராலும் ஏற்றுக் கொள்ளக் கூடிய ஒன்ருக விளங்குகிறது.

நுகர்வோர் எச்சக்கோட்பாட்டினை இக்ச் இரண்டு நிலைகளில் ஒப்பிட்டு வெளிப்படுத்துகிருர். முதல் நிலையில் நுகர்வோர் வீட்டிலிருந்தபடியே சந்தைக்குச் சென்று 20 ஆப்பிள் வாங்க நினைக்கிருர். இப்பொழுது அவர் அந்த ஆப்பிள் மீது தன் விருப்பத்தையும், சுவையையும், தான் அவைகளை வாங்க எடுத்துச் செல்ல விரும்பும் பணத்தின் அளவையும் எண்ணமுடியும். ஆனல், சந்தையில் அப்பழங்களின் உண்மை விலே அவருக்கு இப்பொழுது தெரியாது. அவர் இப்பொழுது 20 ஆப்பிள்களை வாங்கத் தயாராக இருக்கும் விலேயைக் கூற முடியும். எடுத்துக்காட்டாக அவர் 20 ஆப்பிள்

களை ரூ. 20க்கு வாங்குவதற்குத் தயாராயிருக்கிருர் எனக் கொள்வோம்.

இப்பொழுது அவர் சந்தைக்கு வந்துவிட்டார் என்று கொள்ளுவோம். இதுவே நிலை இரண்டாகும். இப்பொழுது சந்தை 20 ஆப்பிள்களின் விலை அவருக்குத் தெரியும். எடுத்துக் காட்டாக 20 ஆப்பிள்களின் விலை ரூ. 16 என்று கொள்ளுவோம்.

மேற்கண்ட நிலைகளில் விலை தெரிவதற்கு முன்னர் ரூ. 20 கொடுக்கத் தயாராக இருந்ததும், விலை தெரிந்த பின்னர் ரூ. 16 உண்மையாகக் கொடுத்ததும் நாம் அறிவோம். இவ்விலைகளுக் குள்ள வேறுபாட்டினை (ரூ. 20 - ரூ. 16 = ரூ. 4) நுகர்வோர் எச்சம் என்று பேராசிரியர் இக்ச் (Prof. Hicks) கூறுகிருர். பேராசிரியர் இக்ச் அளித்த விளக்கம் பேராசிரியர் மார்சல் அளித்தவை விட சிறந்ததாகும். பேராசிரியர் மார்சல் எடுத்துக்கொண்ட உண்மையற்ற எடுகோள்களை நீக்கி உண்மை நிலையில் இக் கோட்பாட்டினை அமைத்த பெருமை பேராசிரியர் இக்சைச் சாரும்.

கூட்டுத் தேவை (Joint Demand)

ஒரு குறிப்பிட்டத் தேவையை நிறைவேற்றுவதற்கோ அல்லது ஒரு குறிப்பிட்டப் பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கோ இரண்டு அல்லது அதற்கு அதிகமான பொருள்கள் தேவைப்பட் டால் அதற்குக் கூட்டுத் தேவை என்கிருேம். எடுத்துக்காட் டாகக் கொட்டைவடி நீர் குடிக்க (Coffee) சர்க்கரை, காப்பித் தூள், பால் போன்ற பொருள்கள் கூட்டாகத் தேவைப்படு கின்றன. இதையே கூட்டுத்தேவை என்கிருேம். அதுபோல ஒரு வீடு கட்டத் தேவையான ஆட்கள், சுண்ணும்பு அல்லது சிமிட்டி, கற்கள், நீர் போன்றவைகளாகும். இவைகள் வீடு கட்டுவதற்குக் கூட்டாகத் தேவைப்படுகின்றன. வீடு கட்டு வதனை நேர் தேவை (Direct Demand) என்றும் அந்த இறுதிப் பொருளான வீட்டினைக் கட்டுவதற்குத் தேவையான கல், சிமிட்டி, ஆட்கள் போன்றவைகளை உருவாக்கும் தேவை (Derived Demand) என்றும் கூறுகிருேம். உண்மை வாழ்க்கை யில் ஒரு பொருள் தனித்துத் தேவைப்படுவதில்லை ; பல பொருள் கள் ஒன்ருகவே தேவைப்படுகின்றன. மதிப்பின் கோட்பாடு ஒரு பொருளின் தேவையையும் அதன் அளிப்பையும் பொருத் தது என்று அறிவோம். ஆனல், ஒரு குறிப்பிட்டப் பொருளின் தேவை தனித்து ஏற்படுவதில்லை; மற்றப் பொருள்களின் தேவை யுடன் இணைந்தே ஏற்படுகின்றன. நடைமுறையில் எந்தப்

பொருளும் தனித்துத் தேவைப்படுவதில்லை. மேலும் ஒரு பொருனின் தேவை மற்றப் பொருள்களின் தேவையைச் சார்ந்தே அமையும். பொருளின் மதிப்பிட உதவும் மதிப்பின் கோட்பாடு (Theory of Value) குழப்பமூட்டுவதே இத்தகைய கூட்டுத் தேவையினுல்தான். ஒரு பொருளின் தேவை மற்றப் பொருள்களின் தேவைகளைச் சாராமல் இருந்தால் மதிப்பின் கோட்பாடு எளிதில் செயல்படும்.

இக் கருத்தை ஒரு சிறிய எடுத்துக்காட்டின் வாயிலாக விளக்கலாம். ஒருவர் தேநீர் அருந்தும் பொழுது பாலுக்கு எவ்வளவு கொடுப்பது, சர்க்கரைக்கு எவ்வளவு கொடுப்பது, தேயிலைக்கு எவ்வளவு கொடுப்பது என்று தனித் தனியாகக் கணக்கிடுவதில்லை. ஏனெனில், இவைகளுக்குத் தனித்தனியாக இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டினைக் கணக்கிடுவது எளிதன்று. சர்க்கரையின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டினை அறிய மற்றப் பொருள்களின் அளவை நிலையாக வைத்திருந்து சர்க்கரையின் அளவில் ஒரேயொரு அலகினை உயர்த்துவதன் வாயிலாகச் சர்க்கரையின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டினை அறியலாம். எனவே, கூட்டுப் பொருள்களில் ஒரேயொரு பொருளின் அளவினை ஓர் அலகு உயர்த்தி மற்றப் பொருள்களின் அளவுகளை மாற்ருமல் வைத்திருந்தால் அப்பொருளின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டினை அறியலாம். எனவே, கூட்டுப் பொருள்களில் ஒவ்வொரு பொருளின் மதிப்பு அல்லது விலை இவ்வாறு இறுதிநிலை ஆய்வின் வாயிலாக அறியலாம். (Marginal Analysis provides solution for the problem of finding out the value or price of one of the commodities jointly demanded).

கூட்டுத்தேவைப் பொருள்கள் அனைத்தும் தனித் தனியே உற்பத்திச் செய்யப்படுகின்றன. அவைகளின் உற்பத்திச் செலவினைத் தனித் தனியாக எளிதில் கணக்கிடலாம். இச் செலவுகளைக் கூட்டினுல் கூட்டுத் தேவையின் உற்பத்திச் செலவு கிடைக்கும். இச்செலவு விலைக்குச் சமமாகயிருக்கும். இவ்வாறு கூட்டுத்தேவைப் பொருள்களின் விலையைக் கணக்கிடலாம்.

மற்றக் காரணிகளின் உதவியால் அல்லது மற்றக் காரணிகளின் துன்பத்தில் அல்லது இழப்பில் ஓர் உற்பத்திக் காரணி தன்னுடைய ஊதியத்தை உயர்த்த முடியும். இவ்வாறு ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் ஊதியம் மட்டும் உயர வேண்டுமாயின் அது மிக இன்றியமையாததாக இருத்தல் வேண்டும். இக் காரணியின் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருத்தல் வேண்டும்.

(inelastic demand). ஆனால், அக்காரணிக்குப் பதிலீட்டுக் காரணி யிருக்குமாயின் அக் காரணியின் தேவை நெகிழ்ச்சியுடையதாக இருக்கும். இந்நிலையில் இக்காரணி மற்றக் காரணிகளின் இழப்பில் ஊதியத்தை உயர்த்த முடியாது.

கூட்டு அளிப்பு (Joint Supply)

அளிப்புப் பக்கத்தில் பல பொருள்கள் ஒன்றுக் கொன்று இணைந்திருப்பதைக் காணலாம். ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு செலவு செய்து ஒரு குறிப்பிட்டப் பொருளை உற்பத்திச் செய்யும் பொழுதே வேறு சில பொருள்களும் சில நேரங்களில் உற்பத்திச் செய்யப்படும். இதையே கூட்டு அளிப்பு என்கிறோம். ஒரு பொருளைஉற்பத்திச் செய்யும் பொழுதே வேறு சில பொருள்களும் தாமாகவே உற்பத்திச் செய்யப்படுகின்றன. இதையே கூட்டு அளிப்பு என்றும் கூட்டுப் பொருள் அல்லது கூட்டுச் செலவுப் பொருள்கள் என்றும் கூறுகிறோம். இதற்குச் சிறந்த எடுத்துக் காட்டுகள் 1. வெண்ணெய்யும் மோரும், 2. கம்பளியும் இறைச்சியும் ஆகும்.

இப் பொருள்களில் வெண்ணெய்யின் விலையை மட்டுமோ அல்லது மோரின் விலையை மட்டுமோ தனித்தனியாகக் கண்டறிவது கடினமாகும். ஆனால், இவ்விதமானக் கூட்டுப் பொருள்களின் மொத்தச் செலவை அறியலாம். இவ்விதக் கூட்டுப் பொருள்களின் மொத்தச் செலவிலிருந்து ஒரு பொருளின் விலையைக் குறைத்தால் மற்றொரு பொருளின் விலை கிடைக்கும். ஆனால், கூட்டுப் பொருள்களில் ஒரு பொருளின் விலையைக் காண்பது எப்படி? எடுத்துக்காட்டாக மோரின் விலை மிக மிகக் குறைவாகவும் ஒதுக்கிவிடக் கூடியதாகவும் (negligible) இருப்பின் இக் கூட்டுப் பொருளின் விலையே வெண்ணெய்யின் விலை என்று கொண்டுவிடலாம்.

மேலும் ஒரு பொருளுக்குள்ள தேவையையும் அளிப்பையும் பொருத்தே மதிப்பு அமைகிறது. இப் பொருளின் அளிப்பு அதன் இறுதிநிலைச் செலவைச் சார்ந்தே அமையும். ஆனால், கூட்டுப் பொருளில் ஒரு பொருளின் உற்பத்திச் செலவைக் கணக்கிடுவது கடினமாகும். இக் குறையை நீக்கி ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளின் இறுதிநிலைச் செலவைக் (Marginal Cost) கணக்கிட இறுதிநிலை ஆய்வைப் பயன் படுத்தலாம்.

கூட்டுப் பொருள்களை இரு பெரும் பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை 1. தராதர வீதங்களை மாற்றக் கூடிய பொருள்கள் 2. தராதர வீதங்களை மாற்ற முடியாத பொருள்கள்.

1. தராதர வீதங்களை மாற்றக் கூடிய பொருள்கள் (Products whose relative proportions can be varied). இதற்குச் சிறந்த எடுத்துக்காட்டு கம்பளியும் இறைச்சியும் ஆகும். இவைகளின் ஒன்றின் செலவை இறுதிநிலை ஆய்வின் (Marginal analysis) வாயிலாக அறியலாம்.

எடுத்துக்காட்டாக ஒரு வகையான ஆடு ரூ. 10 என்றால் அதிலிருந்து 5 அலகுகள் கம்பளியும், 4 அலகுகள் இறைச்சியும் கிடைப்பதாகக் கொள்வோம். மற்றொரு வகையான ஆட்டின் விலை ரூ. 12 என்றால் அதிலிருந்து 3 அலகுகள் கம்பளியும் 6 அலகுகள் இறைச்சியும் கிடைப்பதாகக் கொள்வோம்.

எனவே கீழ்க்கண்ட இரு நிலைகளைப் பெறுகிறோம் :—

	ரூ.		கம்பளம்	இறைச்சி
1. நிலை ஒன்று	10	=	5	3
2. நிலை இரண்டு	12	=	4	6

இந் நிலையைக் கம்பளத்தின் அலகுகளான 5 ஆலும் 4 ஆலும் கீழ்க்கண்டவாறு மாற்றிப் பெருக்கினால் இரு நிலைகளிலும் கம்பளத்தின் அலகுகள் சமமாக இருக்கும். எனவே

	ரூ.		கம்பளம்	இறைச்சி
1. நிலை ஒன்று	40	=	20	12
2. நிலை இரண்டு	60	=	20	30

இந்நிலையில் 18 அலகுகள் இறைச்சியை ரூ. 20 செலவு செய்து பெறலாம். எனவே ஓர் அலகு இறைச்சியின் இறுதிநிலைச் செலவு ரூ. $\frac{20}{18}$ ஆகும். இம் முறையில் கம்பளியின் ஓர் அலகின் இறுதிநிலைச் செலவினைக் கணக்கிடலாம்.

2. தராதர வீதங்களை மாற்ற முடியாத பொருள்கள். (products whose proportions are variable) எடுத்துக்காட்டுகள் : பஞ்சும் பருத்திக் கொட்டையும். இப் பொருள்களில் தனித்தனியான பொருளின் இறுதிநிலைச் செலவைக் கணக்கிடுவது கடினமாகும். இப்பொருள்களின் விலை உற்பத்திச் செலவிற்குச் சமமாயிருக்கும். இப் பொருள்களின் தனித்தனிப் பொருளின் விலை அதன் தேவையைப் பொருத்தே நிருணயிக்கப்படும். ஒரு பொருளின் தேவை உயரும்பொழுது அதன் விலை உயர்வாக

யிருக்கும் ; மாருகத் தேவை குறைந்திருக்கும்பொழுது அதன் விலை குறைந்திருக்கும். எடுத்துக்காட்டாகப் பஞ்சு, பருத்திக் கொட்டைகளில் பஞ்சின் விலை அதன் தேவையைப் பொருத்தும், பருத்திக் கொட்டையின் விலை அதன் தேவையைப் பொருத்தும் அமையும். அதாவது விலை சுமைக்கு ஏற்றவாறு இருக்கும் ("What the traffic can bear").

நுகர்வோரின் இறைமை (Consumer's Sovereignty)

இச் சொற்கள் முதலாளித்துவத்தில் சிறப்பாகப் பயன் படுத்தப்படுகின்றன. முதலாளித்துவத்தில் நுகர்வோர் அரசராகக் கருதப்படுகிருர். தன்னுடைய வருவாயைச் செலவிடும் உரிமையை அவர் பெற்றுள்ளார். எவரும் எத் தொழிலையும் முதலாளித்துவத்தில் செய்யலாம். அது போல் அத்தொழிலிலிருந்து வரும் வருவாயையும் எம் முறையிலும் செலவிடலாம். சுருங்கக்கூறின் முதலாளித்துவத்தில் நுகர்வோர் நுகர்வின் சுதந்திரத்தைப் பெறுகிருர். நுகர்வோரின் இத்தகைய தேர்வுகள் பொருளியல் தேர்வுகளாகவோ (economic) பொருளியல் அற்ற (non-economic) தேர்வுகளாகவோ இருக்கலாம். நாட்டின் பொருளாதாரத்தை எந்த வகையிலாவது பாதிக்கக்கூடுமாயின் அத் தேர்வுகளைப் பொருளியல் தேர்வுகள் என்றும்; பொருளாதாரத்தை எந்த வகையிலும் பாதிக்கவில்லையாயின் அத் தேர்வுகளைப் பொருளியல் அற்றத் தேர்வுகள் என்றும் கூறுகிருேம். எடுத்துக்காட்டாக நண்பரைச் சந்திக்க இன்று போவதா அல்லது நாளை போவதா என்ற முடிவு பொருளியல் அற்றத் தேர்வு என்று பெயர். ஏனெனில், இந்த முடிவு நாட்டின் பொருளாதாரத்தை எந்த விதத்திலும் பாதிக்காது. மாருகத் தன்னுடைய ஓய்வுக் காலத்தில் ஒருவர் தொழிலில் ஈடுபடுவதா அல்லது ஓய்வு எடுத்துக்கொள்வதா என்ற முடிவு பொருளியல் தேர்வு என்று பெயர். ஏனெனில், அவருடைய முடிவு நாட்டின் பொருளாதாரத்தைப் பாதிக்கும். அவர் தொழிலில் ஈடுபட்டால் நாட்டின் பொருளாதாரம் உயரும்; நாட்டு வருவாய் பெருகும்; வேலை வாய்ப்பு அதிகரிக்கும். ஆனுல், ஓய்வு எடுத்தால் இத்தகைய விளைவு ஏற்படாது.

எனவே நாட்டின் பொருளாதார நடவடிக்கையை நிருணயிப்பது அவருடைய தேர்வைப் பொருத்தது. அவர் தன்னுடைய வளங்களை எத் தொழிலில் பயன்படுத்துகிருர்; பயன் படுத்தும் தொழிலின் இயல்பே நாட்டின் பொருளாதார நடவடிக்கையைக் கட்டுப்படுத்துகிறது. எனவே, அவருடைய முன்மையே (preference) அல்லது தேர்வே நாட்டின் பொரு

ளாதார நடவடிக்கையைக் கட்டுப்படுத்துகிறது எனலாம். நுகர்வோரின் விருப்பத்திற்கேற்றவாறே பொருள்கள் உற்பத்திச் செய்யப்படுகின்றன. அவருடைய மனநிறைவைக் கருத்தில் கொண்டே அனைத்துப் பொருளாதார நடவடிக்கைகளும் நிகழ்கின்றன எனலாம். எனவே, நுகர்வோரின் செயலே உற்பத்தியாளரின் வழிகாட்டியாகும். எவற்றை நுகர்வோர் துய்ப்பார்; எவற்றை மிகுதியாக விரும்புவார் என்பனவற்றை நன்குணர்ந்த பின்னரே உற்பத்தியாளர் உற்பத்திச் செய்யப்படும் பொருள்களின் தன்மையை நிருணயிக்க முடியும். நுகர்வோரின் சுவையும் முன்மையையும் உணர்ந்த பின்னரே அவைகளின் அடிப்படையில் உற்பத்தியாளர் தன்னுடைய உற்பத்தியின் தன்மையை மாற்றிக் கொள்கிறார்.

நுகர்வோரின் சுவையைப் பொருத்தும் தேர்வைப் பொருத்தும் உற்பத்தியாளர் பொருள்களை உற்பத்திச் செய்யவேண்டியிருப்பதால், நுகர்வோரின் தேவைகளைப் பற்றிய ஓர் ஆய்வினை உற்பத்தியாளர் செய்யவேண்டியுள்ளது. அதன் பின்னரே உற்பத்தியில் ஈடுபடலாம். அவ்வாறின்றேல் உற்பத்தியாளர் தன் தொழிலையே மூடிவிட நேரிடலாம். நுகர்வோர் தேவைப்படாத பொருள் உற்பத்திச் செய்யப்பட்டால், அப் பொருள் விற்பனையின்றிச் சந்தையிலேயே தங்கிவிடும். இந்நிலையில் உற்பத்தியாளர் நட்டத்தைத் தாங்கநேரிடும்.

எடுத்துக்காட்டாக ஹிந்துஸ்தான் லீவர் லிமிடெட் (Hindustan Lever Ltd.) சில ஆண்டுகளுக்கு முன்னர் 'குலோப் ஜான் மிக்ஸ்' (Gulobjamun Mix) என்ற தூளைத் (powder) தயாரிக்கத் திட்டமிட்டது. தயாரிப்பதற்கு முன்னர் அப் பொருள் வெளிவந்தால் நுகர்வோரின் விருப்பம் எப்படியிருக்கும் என அறிய விரும்பியது. சில பணியாளர்களை (employees) வேலைக்கு அமர்த்தி வீடு வீடாகச் சென்று சில கேள்விகளைத் தயாரித்து அவைகளுக்குப் பதில்களை வீட்டுப் பெண்களிடம் பெற்றுவர ஏற்பாடு செய்தது. அக்கேள்விகளில் சிலவற்றிலிருந்து பொதுவாக நுகர்வோர் இப்பொருளை விரும்புவார்களா, விலை எந்த நிலையில் இருந்தால் விரும்புவார்கள் போன்ற கருத்துகளைப் பெற்றது. ஏனெனில், அப் பொருளின் தேவையை உணராமல், நுகர்வோரின் சுவை (taste) அறியாமல் இந்நிறுவனம் பொருளைத் தயாரித்தால் விற்பனையில் துன்பத்தையும், இடையூறுகளையும் அடைய நேரிடும்.

இத்தகைய ஆய்வின் நோக்கமே நுகர்வோரை மனநிறைவு படுத்துவதற்கேயாகும். ஒவ்வோர் உற்பத்தியாளரும் தான்

வளர தனது விற்பனைப் பெருக் நுகர்வோர் ஒவ்வொருவரையும் மனநிறைவுபடுத்த வேண்டும். சில பெரிய நிறுவனங்கள் நுகர்வோரின் தேவையை அறிவதற்கும், நுகர்வோர் தேவைப் படும் பொருள்களை உற்பத்திச் செய்வதற்கும் உதவுவதற் காகத் தனியான துறைகளை (Departments) அமைத்துள்ளனர். நுகர்வோரின் இத்தகைய உயர்ந்த தேர்வு பண்பினை உணர்ந்தே நுகர்வோரை அரசர் என்று கூறுகிறோம். குறிப்பாக முத லாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் நுகர்வோரின் தேர்வு, சுவை, முன்மை (preference) போன்றவைகள் சிறந்த பங்கேற் கின்றன. இவைகளைப் பொருத்தே உற்பத்தி நடவடிக்கையின் தன்மையும்; உற்பத்திச் செய்ய வேண்டிய பொருள்களின் அளவும் நிருணயிக்கப்படுகின்றன. எனவேதான் முதலாளித் துவத்தில் நுகர்வோர் இறைமைத் (Sovereign) தன்மையைப் பெற்றுள்ளார் என்று கூறுகிறோம். ("Under capitalism, the consumer is the king" or sovereign)

முதலாளித்துவத்தில் ஒவ்வோர் உற்பத்தியாளரும் நல்ல இலாபம் தரும் முதலீடு எது என்று அறிய முயல்வார். இந் நிலை யில் நுகர்வோரின் இறைமை (consumer's sovereign) ஒரு சிறப் பிடத்தைப் பெறுகிறது. நுகர்வோரின் இறைமையின் வாயி லாக நாட்டில் நல்ல இலாபம் தரும் முதலீடு எது என்று அறிய லாம். நுகர்வோரின் சுவை, முன்மைகள் முதலியன விலைப் பொறிமையின் (price-mechanism) வாயிலாக அறியலாம். உற்பத்தியாளரின் முதலீடுகளின் தன்மை விலைப் பொறிமை யைப் பொருத்தது. உற்பத்தியாளர் விலைப் பொறிமையின் வாயிலாக நுகர்வோரின் சுவை, முன்மை, மதிப்பு முதலி யவைகளை அறிந்து அவைகளின் அடிப்படையின் தன்னுடைய பொருளாதார நடவடிக்கைகளைத் திட்டமிடலாம்.

உற்பத்தியாளரின் நோக்கம் மிகுந்த இலாபம் அடைவது என்பதால் எந்த முதலீடுகளில் தன்னுடைய வளங்களைப் பயன் படுத்தினுல் தகுந்த இலாபம் கிடைக்கும் என்று அறிந்த பின்னரே அத் தொழிலில் இறங்குவார். இத்தகைய கருத்தறிய அவருக்குக் கைக் கொடுப்பது விலைப் பொறியாகும்.

மேலே கொடுக்கப்பட்ட கருத்துகளிலிருந்து நுகர்வோர் முதலாளித்துவத்தில் அரசர் எனக்கூறலாம். ஏனெனில், முதலாளித்துவத்தில் நுகர்வோருடையத் தேர்வு பொருளாதார நடவடிக்கையின் இயல்பையும் அளவையும் பொருத்தது. இப் பொருளாதாரத் தேர்வு விலைப்பொறியலின் வாயிலாக உணரப் படுகிறது.

இக் கருத்தை ஒரு சிறு எடுத்துக்காட்டின் வாயிலாக விளக்க லாம். நுகர்வோரின் தேவை நெல்லிலிருந்து கோதுமையாக மாறுகிறது எனக்கொள்வோம். அதாவது அனைவரும் அரிசியைப் பயன்படுத்தாமல் கோதுமையையே பயன்படுத்தத் தொடங்குகிறார்கள் என்று கொள்வோம். கோதுமையின் தேவை அதிகமாவதால் கோதுமையின் விலை உயரும்; அதன் விளைவாக அரிசியின் தேவை குறைவதால் அரிசியின் விலை குறையும். எனவே, கோதுமை விளைச்சலில் ஈடுபடும் தொழிலாளி அதிக கூலியும்; அரிசி விளைச்சலில் ஈடுபடும் தொழிலாளி குறைந்த கூலியும் பெறுவார். கூலி அதிகம் பெறும் எண்ணத்துடன் தொழிலாளிகள் அரிசி விளைச்சலில் பணிபுரிவதை விடுத்துக் கோதுமை விளைச்சலில் பணிபுரியச் சென்று விடுவார்கள். இதிலிருந்து நுகர்வோரின் விருப்பம், தேவை முதலியவைகளை நிருணயிப்பது விலைப் பொறிமை என்று அறிகிறோம். இவ்விலைப் பொறிமை நுகர்வோர் தேர்வினை நிருணயிப்பதால் நாட்டின் பொருளாதார நடவடிக்கையின் தன்மை விலைப் பொறிமையைப் பொருத்தும் அதனால் நுகர்வோர் தேர்வினைப் பொருத்தும் மாறும். எனவே 'நுகர்வோர் முதலாளித்துவத்தில் அரசர்' என்று கூறுவது சிறந்ததாகும்.

நுகர்வோரின் இறைமையின் தேவை (Need for Consumer's Sovereignty)

நுகர்வோரின் இறைமை ஒரு தேவையான உரிமையா அல்லது அது ஒரு விரும்பத்தக்கக் கருத்தா என்ற வினாக்கள் அடிக்கடி எழுகின்றன. இக் கருத்தில் பொருளாதார வல்லுநர்களிடையே கருத்து வேற்றுமைகள் காணப்படுகின்றன. பொருள்களை நுகர்வதிலும், தேர்வு செய்வதிலும் நுகர்வோருக்கு முழுமையான சுதந்திரம் அளிக்க வேண்டும் என்று ஒரு சாரார் கருதுகின்றனர். நுகர்வோர் சரியான தேர்வு செய்யும் கலையைப் பயில்வதற்கு அவருக்கு முழுமையான தேர்வுச் சுதந்திரம் (Freedom of Choice) அளிக்கப்பட வேண்டும். அரசு எவ்விதமான தடையும் நுகர்வோரின் தேர்வுச் சுதந்திரத்தில் இடக் கூடாது. ஆனால், இவ்விதமான தேர்வுச் சுதந்திரத்தில் ஒரு சிக்கலும் உள்ளது. அதையும் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோருக்குத் தேர்வுச் சுதந்திரம் அளிக்கப்படுவதால் அவர் சில தவறுகளைச் செய்வது இயல்பாகும். இவ்வாறு தேர்வு செய்யும் பொழுது தவறுகளைச் செய்வதன் மூலம் நுகர்வோர் சரியான தேர்வை அறிய முடிகிறது. எனவே, நுகர்வோரின் இறைமையின் அல்லது தேர்வுச் சுதந்திரத்தின் நன்மையை ஒரு சிலர் சுட்டிக் காட்டுகின்றனர்.

ஆனால், வேறு சிலர் நுகர்வோரின் தேர்வுச் சுதந்திரத்தில் செய்யப்படும் சில தவறுகளைக் கொண்டே அவர் சரியான தேர்வு செய்ய முடிகிறது என்பதை ஏற்றுக் கொள்வதில்லை; ஏனெனில், தவறு செய்யும் நுகர்வோர் எங்கு அத் தவறு ஏற்பட்டது என்பதை அறியமுடியாதாகையால் இதனால் அவர் அதிகமாகக் கற்றுக் கொள்ளமுடியாது. 'வருமுன் காப்பதே' சிறந்ததாகையால் நுகர்வோர் இத்தவறுகளைச் செய்யா வண்ணம் வழிகாட்டப்பட வேண்டும். தவறுகளை இழைத்த பின்னர் அவரே திருந்திக் கொள்வதற்குப் பெருத்த நட்டமும் இழப்பும் ஏற்பட்டுவிடும்.

நுகர்வோரின் இறைமை வெறும் ஏட்டளவில் மட்டும் படிக்கலாமேயன்றி நடைமுறைக்கு ஏற்றதல்ல; நடைமுறையில் பின்பற்றுவதாகத் தெரியவில்லை. சமவுடமைவாதிகள் கீழ்க் கண்ட காரணங்களைக் கொண்டு நடைமுறையில் பயன்படுத்த முடியாததென்று நுகர்வோரின் இறைமையைக் குறை கூறுகின்றனர்.

முதலாவதாகப் 'பிச்சை எடுப்பவர்கள் தேர்வு செய்ய முடியாது' (beggars cannot be choosers) என்ற கருத்தின் அடிப்படையில் இதை ஒதுக்குகின்றனர். முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் கூட நுகர்வோருக்குத் தேர்வுச் சுதந்திரம் கிடைப்பதில்லை என்று அவர்கள் கருதுகின்றனர். முதலாளித்துவத்தில் ஏழை, பணக்காரர் என்ற இருபெரும் பிரிவுகள் இருக்கின்றன என்பதை நாம் அறிவோம். பணக்காரர்கள் தேர்வுச் சுதந்திரம் பெற்றிருக்கலாம். மேலும், தேர்வுச் சுதந்திரத்தில் ஏற்படும் தவறுகளால் நேரும் பெருத்த நட்டங்களை அவர்கள் தாங்க முடியும். ஆனால், முதலாளித்துவத்தில் பணக்காரர்கள் ஒரு சிலரே. பெரும்பான்மையோர் ஏழைகளே. தங்களிடம் உள்ள சிறிதளவு பணத்தைக் கொண்டு எப்பொருள் கிடைக்கிறதோ அதை மட்டுமே வாங்கமுடியும். தேர்வு செய்யக்கூடிய அளவுக்கு அவர்களிடம் செல்வம் இருப்பதில்லை. மேலும், தேர்வு செய்யும் பொழுது ஏற்படும் தவறுகளினால் ஏற்படும் நட்டங்களைத் தாங்கக் கூடிய திறன் அவர்களிடம் காணப்படுவதில்லை. நுகர்வோரை அரசர் என்று கூறும் முதலாளித்துவத்தில் கூட இக் கொள்கைப் பொருந்தவில்லை என்பது முதலாளித்துவத்தில் ஏழைகளும், வருவாய் அற்றவர்களும் பெருத்த எண்ணிக்கையில் இருக்கின்றனர் என்பதிலிருந்தே தெரியும்.

இரண்டாவதாக நுகர்வோருக்குத் தேர்வுச் சுதந்திரம் கொடுப்பது பெரும்பாலும் தீங்கு விளைவிக்கும். பெரும்பாலான

நுகர்வோருக்கு எப்பொருள் நல்லது எப்பொருள் தீங்கு விளைவிக்கக் கூடியது என்று வேறுபடுத்திப் பார்க்கத் தெரியாது. மேலும் பழக்க வழக்கத்தாலும், சமுதாயத்தில் பெருமையைப் பெறவும், சில பொருள்களைத் தீங்கு விளைவிக்கக் கூடியவை என்று தெரிந்தும் தேர்வு செய்கின்றனர். எடுத்துக்காட்டாக மது பானங்களைக் கூறலாம். பழக்கவழக்கத்தினாலும், சமுதாயத்தில் பெருமையைப் பெறவும் சில மதுபானங்களைப் பயன்படுத்துகின்றனர். இவற்றின் தேர்வினால் அவர்கள் தங்கள் தலையில் தாங்களே மண்ணை அள்ளிப் போட்டுக் கொள்கின்றனர். இந்நிலையில் நுகர்வோரின் தீங்கிலிருந்து பாதுகாக்க அரசு முன்வர வேண்டியுள்ளது. நுகர்வோர் அடையும் இத்தீங்கின் காரணமாக இக்கொள்கைச் சிறந்ததல்ல என்று நாம் அறியலாம்.

மேலும் இத்தகைய பொருள்களின் தேர்வினால் உற்பத்தியாளர் இத்தகைய பொருள்களையே உற்பத்தி செய்து அதிக இலாபம் பெற முயல்கின்றனர். இதன் விளைவாக வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாத பொருள்களின் உற்பத்திக் குறைகிறது. உற்பத்தியாளர்கள் தங்களுடைய வளங்களை மதுவகைகள், ஆடம்பரப் பொருள்கள் போன்றவை தயாரிக்கும் தொழில்களில் பயன்படுத்துகின்றனர். இதனால் நுகர்வோர் மட்டும் பாதிக்கப்படுவதில்லை. நாடே நாளடைவில் இழிவை நோக்கிச் செல்லும். எனவே, நுகர்வோரின் இறைமை அல்லது தேர்வுச் சுதந்திரம் தனி மனிதனுக்கு மட்டும் ஏற்றதல்ல என்று கூறமுடியாது; நாட்டிற்கும் ஊறு விளைவிக்கும்.

பொருள்கள் பெரும்பாலும் பதிலீட்டுப் (substitutes) பொருள்களாகவே இருக்கின்றன. ஒன்றுக்கொன்று சிறிதளவு மாற்றங்களே உள்ளன. சாதாரண நுகர்வோர் ஒரு பொருளுக்கும் அதன் பதிலீட்டுப் பொருளுக்குமிடையேயுள்ள வேறுபாடுகளை அவ்வளவாக அறிய முடியாது. பொருள்களின் தேர்வில் தேவையான அடிப்படையான அறிவு அவருக்கு இல்லை. பெரும்பாலான நுகர்வோர்களின் நிலையாகும். எடுத்துக்காட்டாக மகிழ்வுந்து (pleasure car); ஸ்கூட்டர் (scooter); போன்றவைகளைப்பற்றியும் அவைகளில் உள்ள பலவகைகளைப் பற்றியும் நுகர்வோர்களில் பெரும்பான்மையோர் அறியமாட்டார்கள். நுகர்வோருக்குத் தேவையான இந்த வேறுபாட்டை உணர்த்தவும், தேர்வில் வழிகாட்டியாக இருக்கவும் சில வல்லுநர்கள் தேவை. இவ் வல்லுநர்களின் பணியை அரசு ஆற்ற முடியும். இக்கருத்தையே திருமதி பார்பரா உட்டன் (Mrs. Barbara Wooton) வலியுறுத்துகிறார். எனவே பொதுவான வாழ்க்கைக்குத் தேவையான உணவு, உடை, இருப்பிடம் போன்ற பொருள்

களின் தேர்வுச் சுதந்திரத்தை' நுகர்வோருக்கு அளிக்க லாம். ஆனல், சில சிறப்புப் பொருள்களின் தேர்வு செய்வதில் அரசு தலையிட வேண்டும். அப்பொழுதுதான் நுகர்வோரும், நாடும் சில வேண்டாத பொருள்களின் தீங்கிலிருந்து தங்களைக் காத்துக் கொள்ள முடியும்.

நுகர்வோரின் இறைமையின் வரையறைகள் (limitations)

முதலாளித்துப் பொளாதாரத்தில் நுகர்வோரின் தேர்வுச் சுதந்திரம் உண்டென்பதை ஏற்றுக் கொண்ட பொழுதிலும் இதில் வரையறைகள் காணப்படுகின்றன. பொதுவாக நுகர் வோர் தங்களுடைய வருவாயை எப்பொருளில் வேண்டுமாயி னும் முதலீடு செய்யலாம். எப்பொருளையும் நுகரமுடியும் என்ரு லும் சில சூழ்நிலைகளில் நுகர்வோருடைய உரிமை பறிக்கப் படும். சில காரணிகளின் தோற்றத்தினல் நுகர்வோர் கிடைக் கும் பொருளை மட்டுமே பயன்படுத்த முடியும்; தேர்வு செய்ய முடியாமல் போகும் நிலை ஏற்படும். அக்காரணிகளைக் கீழ்க் கண்டவாறு வகைப்படுத்தலாம்.

1. *முற்றுரிமை* (Monopoly)

முற்றுரிமையில் ஒரு பொருள் ஒரு குறிப்பிட்ட உற்பத்தி யாளரே உற்பத்தி செய்து விற்பனை செய்ய முடியும். ஆனல், பலவிதமான பொருள்களும், பலவகைகளில் நிறைவு அல்லது முழுமைப் போட்டியில் (Perfect Competition) உற்பத்தி செய்து விற்கப்படுகின்றன. நுகர்வோர் எப்பொருளையும், எந்த வகையையும் தன் விருப்பத்திற்கு ஏற்பப் பயன்படுத்தலாம். முதலாளித்துவத்தின் சிறப்பு நிறைவுப் போட்டியாதலால் நுகர் வோர் இறைமை அல்லது தேர்வு நிறைவுப் போட்டியில் காணப் படும். ஆனல், முற்றுரிமையில் நுகர்வோர் தேர்வுக்கு இட மில்லை. எந்தப் பொருள் கிடைக்கிறதோ அந்தப் பொருளையே நுகர்வோர் பயன்படுத்த வேண்டும். தங்களுடைய விருப்பு, வெறுப்புகளை மறந்த நிலையில் முற்றுரிமையாளனுடைய தயவையே நுகர்வோர் நம்பியிருக்க வேண்டியுள்ளது. இந்த அளவிற்கு நுகர்வோரின் இறைமை பாதிக்கப்படுகிறது.

2. *குறைந்த அளவு வாங்கும் திறன்* (Low Purchasing Power)

அளவு கடந்த செல்வம் இருந்தாலொழிய 'நுகர்வோரின் இறைமை' உள்ளதாகக் கூற முடியாது. செல்வந்தர்கள் தங்க ளின் உயர்ந்த செல்வச் செழிப்பினல் பொருள்களைத் தேர்வு செய்ய இயலும். ஆனல், குறைந்த அளவு பணம் உள்ளவர்

களுக்கும், ஏழைகளுக்கும் 'நுகர்வோரின் இறைமை' என்ற சொற்களுக்குப் பொருளில்லை. பொதுவாகப் பெரும்பாலும் ஒரு நாட்டின் மக்கள் ஒரு வரையறைக்குட்பட்ட ஊதியம் பெறக் கூடியவர்களே. தங்களுடைய குறைந்த அளவு வருவாயைக் கொண்டு நுகர்வோர் தேர்வில் அவர்கள் ஈடுபட முடியாது. ஒரு குறிப்பிட்டப் பொருளை அதிகமாக விரும்பினுல் மற்றொரு பொருளின் வாங்கும் அளவினைக் குறைத்துக் கொள்ள வேண்டும். வாங்கும் திறன் குறைவாக உள்ள பெரும்பான்மையான மக்களுக்கு நுகர்வோர் தேர்வின் உரிமை இருக்க முடியாது. குறைந்த வருவாயைக் கொண்டு குறைவற்ற பொருள்களின் பல வகைகளைப் பெற முடியாது. எனவே வாங்கும் திறன் மற்றொரு இடையூருகும்.

3. வாடிக்கை மற்றும் நாகரிகம் (custom and fashion)

தான் வசிக்கும் இடத்தின் மக்களின் சுவை, வாடிக்கை நாகரிகம் போன்றவைகளின் அடிப்படையிலேயே பொதுவாக நுகர்வுகள் நடைபெறுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாகச் சிற்றுண்டி விடுதியில் அதிகாலையில் சுவை நீர், உணவுப் பொருள்கள், இனிப்புப் பண்டங்கள் முதலியவைகள் வைக்கப்பட்டுள்ளன. ஒரு நுகர்வோருக்கு அப்பொழுது இனிப்பு உண்ணவேண்டும் என்ற விருப்பம் எழலாம். ஆனுல், அதிகாலை வேளையென்பதால் பிறர் தவருக எண்ணி நகைக்கக் கூடும் என்று கருதி சுவை நீர் மட்டும் குடித்துவிட்டு வெளியே வரலாம். எனவே நாகரிகத்தின் தூண்டுதலினுல் நுகர்வோர் தேர்வு செய்ய முடியாத நிலையில் உள்ளார். அது போன்றே பழக்க வழக்கங்களும், வாடிக்கைகளும் நுகர்வோரின் தேர்வுக்கு இடையூருக இருக்கும். காலை வேளையில் கொட்டை வடிநீர் (Coffee); தேநீர் (Tea); பால் (Milk); போர்ன்விடா (Bournvita); விவா (Viva); போன்ற பானங்கள் இருந்தும் ஒரு நுகர்வோர் பழக்கத்தினுலும், வாடிக்கையினுலும் தேநீர் மட்டுமே குடிக்கலாம். அவருக்கு நுகர்வோர் தேர்வு செய்யும் உரிமையில் தடை ஏற்படுகிறது.

4. விளம்பரம் (Advertisement) மற்றும் சிறந்த விற்பனைத் திறன் (Salesmanship)

விளம்பரத் திறனுலும், விற்பனைத் திறனுலும் நுகர்வோரின் தேர்வின் உரிமை குறைவாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. சில கடைகளில் குறிப்பாகத் துணிக் கடைகளில் எவ்வாறு நுகர்வோரின் தேர்வு உரிமை குறைக்கப்படுகிறது என்பதை நாம் அறிவோம். சிறந்த பணியாளர்களைக் கொண்டு சிறந்த விற்ப

ஊத் திறனின் வாயிலாக ஒரு குறிப்பிட்ட வகையான துணியை நம்மிடம் தள்ளிவிடுகின்றனர். இங்கு இந்த அளவுக்கு நுகர்வோரின் இறைமை பாதிக்கப்படுகிறது. ஆனல், இது ஏற்றுக் கொள்ளக் கூடியதாக இல்லே. சந்தையில் ஒரு விற்பனேயர் மட்டும் விளம்பரமோ, விற்பனேத் திறனேயோ பயன்படுத்துவதில்லே. அனேத்து விற்பனேயர்களும் தங்கள் பொருள்களின் பெருமையை விளம்பரப்படுத்துகின்றனர். எனவே, நுகர்வோர் தன்னுடைய மனத்தில் எது பிடிக்கும்படியாகத் தோன்றுகிறதோ அதையே வாங்கலாம். நடைமுறையில் நிறைவுப் போட்டியில் நுகர்வோரின் இறைமை பாதிக்கப்படுவதில்லே எனலாம்.

5. நாட்டு நெருக்கடிக் (Emergency) காலம்

சண்டை மற்றும் நாட்டின் நெருக்கடிக் காலங்களில் நுகர்வோரின் இறைமை பாதிக்கப்படலாம். இக் காலங்களில் அரசு பங்கீடு (Rationing) முறையைக் கடைபிடிக்கும். உணவுப் பொருள்கள், சர்க்கரை, மண்ணெண்ணெய் போன்றவைகள் அரசு ஒவ்வொருவருக்கும் இவ்வளவு என்று பங்கீடு செய்யும் காலங்களில் தேர்வு உரிமை பறிக்கப்படலாம்.

6. உற்பத்தித் திறன் (Productive powers)

ஒரு குறிப்பிட்டப் பொருளே உற்பத்தி செய்ய சில கச்சாப் பொருள்கள் தேவைப்படும். இத்தகைய கச்சாப் பொருள்கள் கிடைக்காவிடில் அந்நாடுகள் அத்தகையப் பொருள்களே உற்பத்தி செய்ய முடியாது. அவ்வாறு சில வளங்களின் இல்லாமையினுலும், தகுந்த கருவிகள் இல்லாமையினுலும் சில பொருள்களே உற்பத்தி செய்ய முடியாவிட்டால் அப் பொருள்களேப் பொருத்தவரையில் நுகர்வோர் தேர்வு பயன்படாது. பின் தங்கிய நாடுகளேப் பொருத்தவரையில் நுகர்வோர் இறைமை ஒரு வரையறைக்குட்பட்டதே யாகும்.

அதுபோன்றே தொழில் நுட்பத்தின் குறைவும் நுகர்வோரின் இறைமையின் அளவினேக் குறைக்கும். எதையும் தயாரிக்கும் திறனுடைய பொருளாதாரம் ஏற்படாவிடில் நுகர்வோர் தேர்வு குறைவாகவேயிருக்கும்.

7. அரசின் தடைகள் (Restrictions by the Government)

நுகர்வோர் விரும்பும் அனேத்துப் பொருள்களும் உடலுக்குத் தீங்கு விளேவிக்காது என்று கருதமுடியாது. எடுத்துக்காட்டாக

ஒருவன் மதுபானங்களை விரும்பலாம். இதன் நுகர்வு அவனை யும் கெடுக்கும், அவனுடைய நாட்டு வளர்ச்சியையும் பாதிக் கும். எனவே தனிமனிதனுக்கும், நாட்டிற்கும் தீங்கு விளைவிக் கும் பொருள்களை மனிதன் விரும்பினாலும் நாடு அத்தகைய பொருள்களின் உற்பத்தியைத் தடுக்கவேண்டும். இதன் விளை வாக நுகர்வோரின் தேர்வு அந்த அளவிற்குத் தடுக்கப்படும்.

எனினும், நுகர்வோர் முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் முழுமையான தேர்வு உரிமைப் பெற்றிருவிடினும், பெரும் பான்மையான அளவில் அவ்வுரிமையைப் பெற்றுள்ளார் என லாம்.

5. அளிப்பு

(Supply)

சந்தையில் விற்பனைக்குத் தயாராக ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் உள்ள பொருள்களின் அளவையே அளிப்பு என்கிறோம். பொருளியலில் அளிப்பு என்று கூறும்பொழுது ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் விற்பனைக்குத் தயாராக உள்ள பொருள்களின் அளவைக் குறிக்கும். ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு பொருள்கள்தான் விற்பனைக்குக் கிடைக்கும். இருப்புச் சரக்கிற்கும் (Stock) அளிப்புக்கும் வேறுபாடு உண்டு. இருப்புச் சரக்கு என்பது பொருள்களின் மொத்தச் சரக்கினைக் குறிக்கும். ஆனால், ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் விற்பதற்குத் தயாராகயிருக்கும் இருப்புச் சரக்கினை அளிப்பு என்கிறோம். விலையையோ காலத்தையோ குறிப்பிடாவிட்டால் அளிப்பு என்ற சொல்லுக்குப் பொருள் கிடையாது. எடுத்துக்காட்டாக மொத்தம் *1000* கிலோ *சீனி* இருப்பதாகக் கொள்வோம். *400* கிலோ *சீனி* ரூ. *600*-க்கு விற்பதற்குத் தயாராக இருப்பதாகக் கொள்வோம். இதில் *1000* கிலோ *சீனியை* இருப்புச் சரக்கு என்றும், *400* கிலோ *சீனியை* அளிப்பு என்றும் கூறலாம்.

அளிப்பு விதி (Law of Supply)

ஒவ்வொரு விற்பனையாளருக்கும் ஏற்படும் பட்டறிவின் அடிப்படையிலேயே அளிப்பு விதி ஏற்படுகிறது. பொதுவாக ஒரு பொருளின் விலை ஏறும்பொழுது அப்பொருளை மிகுதியாக விற்க விற்பனையாளர் தயாராக இருப்பார்கள். அதுபோன்றே ஒரு பொருளின் விலை குறையும்பொழுது விற்பனையாளர் குறைந்த அளவு பொருளையே விற்பனைக்குக் கொண்டு வருவார்கள். இக் கருத்தை விளக்குவதே அளிப்பு விதியாகும். இதையே பொருளியலில் வேறுவிதமாகக் கூறலாம். ஒரு பொருளின் விலை உயர்ந்தால் அப் பொருளுக்கு அளிப்பு உயரும்; விலை குறைந்தால் அப் பொருளுக்கு அளிப்புக் குறையும் எனலாம். இதுவே அளிப்பு விதியாகும். மற்றக் காரணிகள் மாறுமலிருக்கும்

பொழுது ஒரு பொருளின் அளிப்பு அப் பொருளின் விலையுடன் மாறும். விலைக்கும் அளிப்புக்கும் நேரிடையான தொடர்பு உள்ளது. இதை விளக்குவதே அளிப்பு விதியாகும். அளிப்பு விதியின் இன்றியமையாத நிபந்தனை மற்றக் காரணிகள் மாருமலிருக்க வேண்டும்.

அளிப்புப் பட்டியல் (Supply Schedule)

ஒரு பொருளின் விலைக்கும் அதன் அளிப்பின் அளவுக்குமுள்ள நேரிடையானத் தொடர்பினை ஒரு பட்டியலின் வாயிலாக விளக்கலாம். இப்பட்டியலை அளிப்புப் பட்டியல் என்கிறோம். அளிப்புப் பட்டியலை இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை 1. தனிமனிதன் அளிப்புப் பட்டியல் 2. சந்தை அளிப்புப் பட்டியல் எனப்படும்.

ஒரு தனி விற்பனையாளர் ஒரு குறிப்பிட்ட விலைகளில் விற்கத் தயாராக இருக்கும் பொருளின் அளவுகளைத் தனிமனிதன் அளிப்புப் பட்டியல் குறிக்கிறது. தனிமனிதன் அளிப்புப் பட்டியலைக் கீழ்க்கண்டவாறு அளிக்கலாம்.

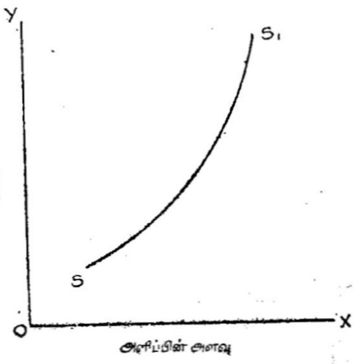
விலை	அளிப்பின் அளவு
ரூ. 4	500 அலகுகள்
ரூ. 5	750 ,,
ரூ. 6	1000 ,,
ரூ. 7	1250 ,,
ரூ. 8	1500 ,,

மேற்கண்ட பட்டியலில் காணும்படி விலை ரூ. 4லிருந்து ரூ. 5-க்கு உயரும்பொழுது அளிப்பின் அளவு 500 அலகுகளிலிருந்து 750 அலகுகளாக உயருகிறது என்பதைக் காணலாம். இது போல விலை உயர உயர அளிப்பின் அளவு உயரும் என்பதை உணரலாம்.

அது போன்றே, மாறும் விலைகளுக்கு ஏற்ப ஒரு குறிப்பிட்டப் பொருளை அனைத்து விற்பனையர்களும் சந்தையில் அளிக்கத் தயாராகயிருக்கும் அளவுகளைச் சந்தையில் அளிப்புப் பட்டியல் விளக்குகிறது. கீழ்க்காணும் பட்டியல் சந்தை அளிப்புப் பட்டியலை விளக்குகிறது.

விலை	அளிப்பின் அளவு
ரூ. 4	5,000 அலகுகள்
ரூ. 5	7,500 ,,
ரூ. 6	10,000 ,,
ரூ. 7	12,500 ,,
ரூ. 8	15,000 ,,

அளிப்புப் பட்டியலைக் கொண்டு ஒரு வரைபடம் வரையலாம். அப்படத்தில் கிடைக்கும் கோட்டிற்கு அளிப்புக்கோடு என்று பெயர். (supply curve)



படம் 12

வரை படத்தில் கண்டபடி அளிப்புக்கோடு (SS_1) வலப் பக்கத்திலிருந்து இடப்பக்கம் சரிந்து வருவதைக் காணலாம். இதிலிருந்து ஒரு பொருளின் விலை ஏறும்பொழுது அப் பொருளின் அளிப்பின்அளவும் ஏறுவதைக் காணலாம். இவ்வாறு விலை உயரும் பொழுது அளிப்பின் அளவும் உயருவதை 'அளிப்புப் பெருக்கம்' என்றும்; விலை குறையும்பொழுது அளிப்பின் அளவும் குறைவதை 'அளிப்புச் சுருக்கம்' என்றும் கூறுகிறோம்.

அளிப்பு விதியில் விலை ஏறும்பொழுது அளிப்பு அதிகரிப்பதாகவும்; விலை இறங்கும்பொழுது அளிப்புக் குறைவதாகவும், கண்டோம். ஆனால், அளிப்பின் உயர்விற்கும், குறைவிற்கும் விலையின் ஏற்ற இறக்கம் மட்டும் காரணமன்று. வேறு சில காரணிகளும் அளிப்பில் மாறுதல்களை ஏற்படுத்தலாம். அக் காரணிகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம்:

1. உற்பத்தித் துறையில் புதுமையைப் புகுத்துவதால் அளிப்பு அதிகரிக்கும்.

2. கச்சாப் பொருள்களின் வளங்கள் அதிகரிக்கும் பொழுதும் பொருளின் அளிப்பும் உயரும்.

3. தட்பவெப்ப நிலையைப் பொருத்தும் அளிப்பில் மாறுதல் தோன்றும்.

4. சந்தையில் தேவையின் மாற்றம் தோன்றினும் அளிப்பில் மாறுதல் தோன்றும்.

5. போக்கு வரவு வசதிகள் பெருகும்பொழுது அளிப்பும் உயரும்.

6. அரசின் வரிவிதிப்பின் அளவைப் பொருத்தும் அளிப்பின் அளவு மாறும்.

அளிப்புக்கோட்டின் எடுகோள்கள் (Assumptions of the Supply Curve)

ஒரு பொருளின் அளிப்பு அதன் உற்பத்திச் செலவினைப் பொருத்தது. அளிப்பின் அளவைக் கணக்கிடும்பொழுது உற்பத்திச் செலவை நிலையானதாகக் கொள்கிறோம். எடுத்துக்காட்டாக வட்டி வீதம், கூலி, கச்சாப் பொருள் களின் விலை முதலியவைகள் மாறாமலிருப்பதாகக் கொள் கிறோம். ஆனால், உற்பத்திச் செலவு உயர்ந்தால் அளிப்புக் கோடு மேல் நோக்கித் தள்ளப்படும். இது போன்றே உற்பத் திச் செலவு குறைந்தால் அளிப்புக்கோடு கீழ்நோக்கித் தள்ளப் படும். இரண்டாவதாக அளிப்புக்கோடு தொழில் நுட்பத்தின் முன்னேற்றத்தைப் பொருத்தது எனலாம். உற்பத்திச் செலவை உற்பத்தியில் புதிய கண்டுபிடிப்புகளும், முன்னேற்ற மடைந்த தொழில் நுட்பமும் குறைக்கும். உற்பத்திச் செலவு குறையும்பொழுது அளிப்புக்கோடு கீழ் நோக்கித் தள்ளப்படும். மாறாக உற்பத்திச் செலவு உயர்ந்தால் அளிப்புக்கோடு மேல் நோக்கித் தள்ளப்படும்.

மூன்றாவதாக ஒரு பொருளின் விலையைப் பொருத்தே அதன் அளிப்பு மாறும் என்றும், மற்றப் பொருள்களின் விலை யைப் பொருத்தது அல்லது என்றும் கொள்கிறோம். ஆனால், பல பொருள்கள் மற்றப் பொருள்களுடன் உற்பத்திச் செய்யப் படுகின்றன. எனவே ஒரு பொருளின் அளிப்பு, அதன் விலையை யும் இதனுடன் உற்பத்திச் செய்யப்படும் மாற்றப் பொருள்களின் அளிப்பையும் சார்ந்தே அமையும். எடுத்துக்காட்டாக வெண்ணெய்யைக் கூறலாம். வெண்ணெய்யின் அளிப்பு அச்

சந்தையில் உள்ள பாலின் அளிப்பைப் பொருத்ததாகும். அது போல சிற்றுண்டியில் காப்பியின் அளிப்புச் சந்தையில் பாலின் அளிப்பைப் பொருத்ததாகும்.

இறுதியாக ஒரு நிறுவனத்தின் அளவினைப் பொருத்தும் பொருளின் விலையும், அளிப்பும் அமையும். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நிறுவனம் பெரியதாகயிருப்பின் பல்வித அக, புறச் சிக்கனங் களால் அளிப்பையும் அதிகப்படுத்த முடியும்; விலையையும் குறைக்க முடியும். மாருக நிறுவனம் சிறியதாகயிருப்பின் அக, புறச் சிக்கனங்கள் குறைவதால் அளிப்பும் குறையும், விலையும் அதிகமாகவேயிருக்கும்.

அளிப்பு நெகிழ்ச்சி (Elasticity of Supply)

தேவை நெகிழ்ச்சியைப் போன்றே பொருளியல் வல்லுநர் கள் அளிப்பு நெகிழ்ச்சி என்ற கருத்தை வளர்த்துள்ளனர். ஒரு பொருளின் விலைக்கும் அளிப்புக்கும் உள்ள நேரிடையான தொடர்பினை மட்டும் அளிப்பு விதி விளக்குகிறது. ஆனால், எந்த அளவுக்கு விலைக்கு ஏற்றவாறு அளிப்பு மாறுகிறது என் பதை விளக்குவது அளிப்பு நெகிழ்ச்சி எனப்படும். ஒரு பொரு ளின் விலை மாறுதலுடன் பொருளின் அளிப்பின் அளவும் அதிக மாகவோ குறைந்தோ விட்டால், அளிப்பு நெகிழ்ச்சியுள்ளது என்கிறோம். மாருக விலை மாறுதலுக்கேற்ப அளிப்பு மாருமல் இருந்தால் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றது எனலாம். (inelastic supply) சுருங்கக் கூறின் விலையில் ஏற்படும் ஒரு சிறிய மாறுதல் அளிப்பில் பெருத்த மாற்றத்தை ஏற்படுத்திஞல் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியுள்ளது என்று கூறுகிறோம். விலையில் ஏற் படும் மாற்றத்தின் வீதம் அளிப்பில் ஏற்படும் மாற்றத்தின் வீதத்தைக்காட்டிலும் குறைவாகயிருப்பின் அளிப்பு நெகிழ்ச்சி யுள்ளது என்று கூறுகிறோம். எடுத்துக்காட்டாக விலை 40% உயர்ந்தும், அளிப்பு 55% உயர்ந்தும் இருப்பின் அப்பொருள் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியுள்ளது என்று கூறுகிறோம்.

மாருக விலையில் பெரிய மாற்றம் ஏற்பட்டு அளிப்பில் சிறிய மாற்றம் ஏற்படின் அப் பொருள் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றது என்று கூறுகிறோம். விலையில் ஏற்படும் மாற்றத்தின் வீதத்தைக் காட்டிலும் அளிப்பில் ஏற்படும் மாற்றத்தின் வீதம் குறைவாக யிருப்பின், அப் பொருள் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றது என்று கூறுகிறோம். எடுத்துக்காட்டாக விலையில் ஏற்படும் மாற்றம் 40% உயர்ந்தும், அளிப்பு 30% ஆக உயர்ந்தால் அப் பொருள் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றது எனலாம்.

அளிப்பு நெகிழ்ச்சியின் வாய்பாட்டினைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம் :

$$\text{அ. நெ} = \frac{\text{அளிப்பு மாற்றத்தின் வீதம்}}{\text{விலை மாற்றத்தின் வீதம்}}$$

(அ. நெ = அளிப்பு நெகிழ்ச்சி)

அல்லது மார்சல் அளித்துள்ள வாய்பாட்டின்படி கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம் :

$$\frac{\text{அளிப்பின் மாறுதல்}}{\text{அளிப்பின் அளவு}} \div \frac{\text{விலையின் மாறுதல்}}{\text{விலை}}$$

இவ்வாய்பாட்டினை ஓர் எடுத்துக்காட்டின் வாயிலாக விளக்கலாம். ஒரு பேனாவின் விலை ரூ. 5 என்றிருக்கும்பொழுது 1,000 பேனாக்கள் அளிக்கப்படும். (விற்கத் தயாராகயிருக்கும்.) ஒரு பேனாவின் விலை ரூ. 6 ஆக உயரும்பொழுது 1,500 பேனாக்கள் அளிக்கப்படும். இவ்வெடுத்துக்காட்டில் அளிப்பு நெகிழ்ச்சி எவ்வளவு என்பதைக் காணலாம்.

$$\text{அளிப்பு நெகிழ்ச்சி} = \frac{500}{1000} \div \frac{1}{5}$$

$$= \frac{500}{1000} \times \frac{5}{1}$$

$$= \frac{2500}{1000}$$

$$= 2.5$$

இந்த எடுத்துக்காட்டில் அளிப்பு நெகிழ்ச்சி 2.5 ஆகும்.

அளிப்பு நெகிழ்ச்சியின் வகைகள் :

அளிப்பு நெகிழ்ச்சி ஐந்து வகைப்படும். அவை :

1. முழுமையான அளிப்பு நெகிழ்ச்சி

விலையில் சிறிதும் மாற்றம் இல்லாதபொழுது அளிப்பில் பெருத்த அளவில் மாற்றம் ஏற்பட்டால் அத்தகைய அளிப்பு நெகிழ்ச்சிக்கு முழுமையான அளிப்பு நெகிழ்ச்சி என்கிறோம். இந்நிலையில் அளிப்புக் கோடு படுகிடையாக (horizontal) இருக்கும்.

2. அளிப்பு நெகிழ்ச்சி ஒன்றுக்கு மேல்

விலையில் ஏற்படும் மாறுதலைக் காட்டிலும் அதிக அளவில் அளிப்பில் மாறுதல் ஏற்பட்டால் அளிப்பு நெகிழ்ச்சி ஒன்றுக்கு மேல் என்கிறோம்.

3. அளிப்பு நெகிழ்ச்சி ஒன்றுக்குச் சமம்

விலையில் ஏற்படும் மாற்றத்தின் வீதமும் அளிப்பில் ஏற்படும் மாற்றத்தின் வீதமும் சமமாகயிருப்பின் அளிப்பு நெகிழ்ச்சி ஒன்றுக்குச் சமம் என்கிறோம்.

4. அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றது

விலையில் ஏற்படும் மாற்றத்தின் வீதத்தைக்காட்டிலும் அளிப்பில் ஏற்படும் மாற்றத்தின் வீதம் குறைவாகயிருப்பின் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றது என்கிறோம். இங்கு அளிப்பு நெகிழ்ச்சி ஒன்றுக்குக் குறைவாகயிருக்கும்.

5. முழுமையான அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றது (absolutely inelastic supply)

விலையில் பெருத்தமாற்றம் ஏற்பட்ட பொழுதிலும் அளிப்பில் எவ்வித மாற்றமும் ஏற்படாவிடில் முழுமையான அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றது என்கிறோம். அளிப்பு நெகிழ்ச்சி இந் நிலையில் 0-ஆக இருக்கும். இந்நிலையில் அளிப்புக்கோடு செங்குத்தாக (vertical) இருக்கும்.

சம நோக்குக் கோடுகள் (Indifference Curves)

தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்களான ஆல்ஃபிரட் மார்சல் போன்றோர் பயன்பாடு பகுத்தாய்வு முறையை நல்ல முறை என ஏற்றுக் கொண்டனர். இம் முறையில் பலவிதமான எடுகோள்கள் நிரம்பியிருந்தன. நுகர்வோர் குறிப்பிட்ட ஒரு பொருளையே விரும்புவார்கள் என்பதும், பணத்தின் இறுதி நிலைப் பயன்பாடு மாறாதிருக்கும் என்பதும் குறிப்பிடத்தக்க எடுகோள்களாகும். ஆனால், நடைமுறையில் இவ்வெடுகோள்களை ஏற்றுக் கொள்ள முடியவில்லை. நாளடைவில் எட்ச்வொர்த் (F. Y. Edgeworth) ; அன்டோனலி (G. B. Antoneli) ; இர்விங் பிச்சர் (Irving Fisher) போன்றோர் சமநோக்குப் பகுத்தாய்வு முறையைத் தோற்றுவித்தனர். மேலும், இம்முறையை வளப்படுத்தி 1906 ஆம் ஆண்டில் வில்பெரடோ பாரடோ (Vilfredo Pareto) என்னும் சிறந்த இத்தாலியப் பொருளியல் வல்லுநர் சம நோக்குக் கோட்டின் அடிப்படையில் தன்னுடைய கோட்பாட்

டினை வெளிப்படுத்தினர். பாரடோ தன் முயற்சியில் முழுமையான வளர்ச்சியைச் செய்ய முடியவில்லை. 1915 ஆம் ஆண்டில் உருசியப் பொருளியல் வல்லுநரான ஈகன் ச்லட்ச்கி (Eugen slutsky) சமநோக்குக் கோட்டினைச் செம்மைபடுத்தி ஒரு நூலினை வெளியிட்டார். சமநோக்குக் கோட்டினைப் பற்றிய முழுமையான ஆய்வுடன் இக்ச் (J. R. Hicks) என்னும் பொருளியல் வல்லுநர் 'மதிப்பும் மூலதனமும்' (Value and Capital) என்ற நூலை வெளியிட்டார். இவருடைய சமநோக்குக் கோட்டின் ஆய்வு பற்றிய சேவை பாராட்டுதற்குரியது. இக்ச் என்பவரின் படி ஒரு பொருளின் தனிப்பட்டவரின் தேவை மூன்று காரணிகளைப் பொருத்தது என்று 1939 ஆம் ஆண்டில் வெளிவந்த அந் நூலில் குறிப்பிட்டார். அவைகள் : 1. தனியொருவரின் சுவை; 2. பொருளின் விலை ; 3. தனியொருவரின் பண வருவாய்.

நடைமுறையில் பயன்பாட்டினை அளவிடுவது மிகவும் கடினமாகும். ஒரு நுகர்வோர் ஒரு பொருளிலிருந்து எவ்வளவு பயன்பாட்டைப் பெறுவார் என்பதைக் கணக்கிடுவது எளிதான செயலன்று. மேலும், ஒருவன் பொருள்களைத் தனித்தனியாக நுகருவது கிடையாது. ஒவ்வொருவரும் பொருள்களைக் கூட்டாகவே நுகர விரும்புவார்கள். பொருள்களின் பலவிதமான கூட்டுகளிலும் நுகர்வோர் சமமான மனநிறைவை அடைவார்கள். எடுத்துக்காட்டாக இரண்டு கலவைகளை எடுத்துக் கொள்வோம்.

கூட்டு I	10 பழங்களும்	1 லிட்டர் பாலும்
கூட்டு II	7 பழங்களும்	$1\frac{1}{2}$ லிட்டர் பாலும்

கூட்டு I இல் 10 பழங்களும் ஒரு லிட்டர் பாலும் உட்கொண்டால் ஒரு நுகர்வோர் பெறும் மனநிறைவும் கூட்டு II இல் 7 பழங்களும் $1\frac{1}{2}$ லிட்டர் பாலும் உட்கொண்டால் பெறும் மனநிறைவும் சமமாக இருக்கும். இவ்விரு கூட்டுகளிலும் நுகர்வோர் சமமான மனநிறைவு பெறுபவராக இருப்பின் இவ்விரு கூட்டுகளையும் சமநோக்குடன் (indifference) கருதுகிறார் எனக் கொள்ளலாம். இக்கருத்தைச் சமநோக்குப் பகுத்தாய்வு (indifference curve analysis) என்கிறோம். சமநோக்குக் கோட்டில் அமையும் அனைத்துக் கூட்டுகளும் சமமான மனநிறைவினைத் தரும் என்பதை அறியலாம். ஒவ்வொரு நுகர்வோரின் நடைமுறை பட்டறிவின் அடிப்படையில் தோன்றியதே சமநோக்குக் கோட்டின் ஆய்வாகும்.

இரண்டு பொருள்களின் பலவித கூட்டுகளில் நுகர்வோர் பெறும் சமமான மனநிறைவின் அடிப்படையில் ஒரு பட்டியல்

தயாரிக்கும் பொழுது கிடைப்பதே சமநோக்குப் பட்டியலாகும். (Indifference schedule).

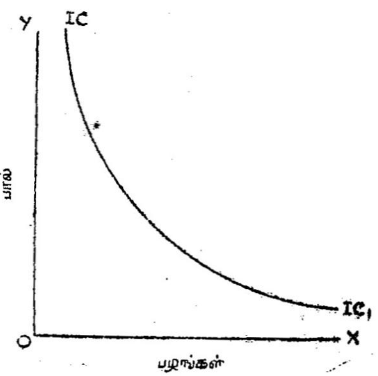
கீழ்க்கண்ட பட்டியலைச் சமநோக்குப் பட்டியலின் எடுத்துக் காட்டாகக் கூறலாம்.

	பழங்கள்	பால்
கூட்டு 1.	4	100 மிலி.
கூட்டு 2.	5	90 மிலி.
கூட்டு 3.	8	50 மிலி.
கூட்டு 4.	10	40 மிலி.
கூட்டு 5.	15	20 மிலி.

மேற்கண்ட பட்டியலில் கண்டபடி கூட்டு 1 இல் காணும் 4 பழங்களையும் 100 மிலி பாலும் உட்கொண்டதிலிருந்து பெறும் மனநிறைவும்; கூட்டு 2 இல் காணும் 5 பழங்களையும் 90 மிலி பாலும் உட்கொண்டதிலிருந்து பெறும் மனநிறைவும்; கூட்டு 3 இல் 8 பழங்களையும் 50 மிலி பாலும் உட்கொண்டதிலிருந்து பெறும் மனநிறைவும்; கூட்டு 4 இல் 10 பழங்களையும் 40 மிலி பாலும் உட்கொண்டதிலிருந்து பெறும் மனநிறைவும்; கூட்டு 5 இல் 15 பழங்களையும் 20 மிலி பாலும் உட்கொண்டதிலிருந்து பெறும் மனநிறைவும் சமமாக இருக்கும். இப்பட்டியலைச் சமநோக்குப் பட்டியல் என்கிறோம்.

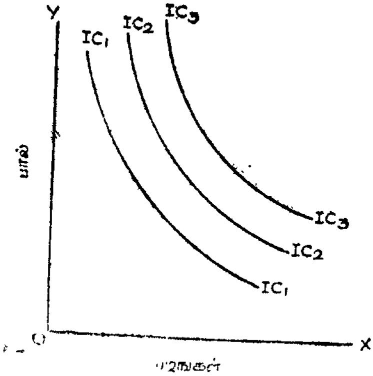
மேற்கண்ட பட்டியலின் அடிப்படையில் ஒரு படம் வரையலாம். இப்படத்தைச் சமநோக்கு வரைபடம் என்று கூறுகிறோம். (Indifference Map).

இப்படத்தில் OX அச்சுப் பழங்களின் எண்ணிக்கையையும்; OY அச்சுப் பாலின் அளவையும் குறிக்கிறது. சமநோக்குப் பட்டியலிலிருந்து மேற்கண்ட படத்தை வரையும் பொழுது IC IC_1 என்ற வளைகோடு கிடைக்கிறது. இதுவே சமநோக்குக் கோடு எனப்படும். இக்கோடு இடப் பக்கத்திலிருந்து வலப் பக்கம் சரிவதைக் காணலாம்.



படம் 13

இதுபோன்று பலவித மனநிறைவுகளின் அளவுகளில் பல்வேறு சமநோக்குக் கோடுகளை வரையலாம். குறைவான சமநோக்குக் கோடு குறைந்த அளவு மனநிறைவைக் காட்டுகிறது. அதுபோன்றே உயர்ந்த சம நோக்குக் கோடு உயர்ந்த அளவு மனநிறைவைக் குறிக்கிறது.



படம் 14

வரைபடத்தில் கண்டபடி IC_1 என்ற கோடு குறைவான சம நோக்குக் கோடு ஆகையால் குறைந்த அளவு மன நிறைவினைக் காட்டுகிறது. அதற்கு மேலுள்ள IC_2 என்ற சமநோக்குக் கோடு உயர்ந்த மன நிறைவினைக் காட்டுகிறது. அதற்கு மேலுள்ள IC_3 என்ற சமநோக்குக் கோடு மேலும் உயர்ந்த மன நிறைவினைக் காட்டுகிறது.

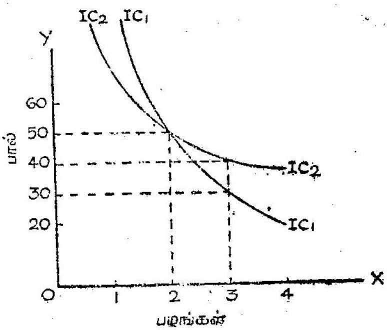
சமநோக்குக் கோடுகளின் இயல்புகள்

(Properties of Indifference Curves)

1. சமநோக்குக் கோடுகள் கீழ்ப்புறமாகச் சரியும்

ஒரு கூட்டிலிருந்து மற்றொரு கூட்டிற்கு மாறும்பொழுது ஒரு பொருளின் அளவு அதிகரிக்கும்பொழுது மற்றப் பொருளின் அளவு குறையும். இது குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதக் கோட்பாட்டின்படி செயல்படுகிறது. எனவே, சமநோக்குக் கோடு கீழ்நோக்கி இடமிருந்து வலப்புறமாகச் சரிந்து செல்லும். மேற்கண்ட படத்தில் காட்டியபடி கூட்டு 1இல் 4 பழங்களும் 100 மிலி பாலும் உட்கொள்கிறுன் எனக் கண்டோம். கூட்டு 2இல் பழங்களின் எண்ணிக்கையை 5 ஆக உயர்த்தும் பொழுது பாலின் அள 90 மிலியாகக் குறைகிறது. இதுபோன்று ஒரு பொருளின் அளவைக் குறைக்கும்பொழுது மற்றுமொரு பொருளின் அளவு உயரும்பொழுது சமநோக்குக் கோடு கீழ்நோக்கி இடமிருந்து வலமாகச் சரிந்தே செல்லும்.

2. சமநோக்குக் கோடுகள் ஒன்றையொன்று வெட்டிக் கொள்ளாது



படம் 15

இந்த இயல்பினை வரைபடத்தின் வாயிலாக விளக்கலாம். OX அச்சில் பழங்களின் எண்ணிக்கைக் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. அது போன்று OY அச்சில் மிலி கணக்கில் பாலின் அளவு குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. IC_1 என்ற கோட்டில் எப்புள்ளியிலும் கிடைக்கும் பழங்களும் பாலும் உட்கொண்டால் சமமான மனநிறைவு கிடைக்கும். அது போன்றே IC_2 என்ற கோட்டில் எப்புள்ளியிலும் கிடைக்கும் பழங்களும் பாலும் சமமான மனநிறைவை அளிக்கும். ஆனால், IC_1 IC_2 இவைகளிரண்டும் சமமான மனநிறைவைக் கொடுக்காது. இதுவே சமநோக்குக் கோட்டின் இயல்பாகும். இப்பொழுது இப் படத்தினைக் கவனிக்கலாம். IC_1 கோடு காட்டியபடி 2 பழங்களும் 50 மிலி பாலும் கொடுக்கும் மனநிறைவும் அதே கோட்டிலுள்ள புள்ளிகாட்டும் 3 பழங்களும் 30 மிலி பாலும் சமமான மனநிறைவினை அளிக்கும். எனவே, 2 பழங்கள் + 50 மிலி பால் = 3 பழங்கள் +30 மிலி பால்.

இப்பொழுது IC_2 ஐக் காண்போம். இதில் 2 பழங்களும் 50 மிலி பாலும் கொடுக்கும் மனநிறைவும் அதே கோட்டிலுள்ள புள்ளிக்காட்டும் 3 பழங்களும் 40 மிலி பாலும் சமமான மனநிறைவைக் கொடுக்கும். எனவே 2 பழங்கள் + 50 மிலி பால் = 3 பழங்கள் + 40 மிலி பால்.

இந்த இரண்டு கோடுகளிலிருந்து கிடைக்கும் மனநிறைவுகளை ஒப்பு நோக்குவோம்.

2 பழங்கள் + 50 மிலி பால் = 3 பழங்கள் 30 மிலி பால்

2 பழங்கள் + 50 மிலி பால் = 3 பழங்கள் + 40 மிலி பால்

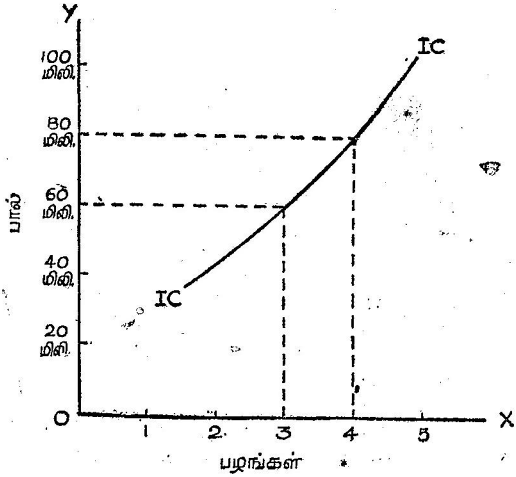
இவ்விரு சமன்பாடுகளும் சரியான விளக்கத்தைக் கொடுக்கவில்லை. ஏனெனில், சமன்பாடுகளின் இடப் பக்கத்தில் 2 பழங்களும் 50 மிலி பாலும் உள்ளது. ஆனால், இதற்குச் சமமாக வலது

பக்கத்தில் 3 பழங்களும் 30 மிலி பாலும் ; 3 பழங்களும் 40 மிலி பாலும் உள்ளன. எனவே, இச் சமன்பாட்டின்படி பார்க்கும் பொழுது 30 மிலி பாலும் 40 மிலி பாலும் எவ்வாறு சமமாகும் என்ற வினு எழும்.

எனவே சமநோக்குக் கோடுகள் ஒன்றையொன்று வெட்டிக் கொள்ளாது என்று உணரலாம்.

3. சமநோக்குக் கோடுகள் மேல் நோக்கிச் செல்லாது

இக்கருத்தை ஒரு படத்தின் வாயிலாக விளக்கலாம்.



படம் 16

IC என்ற கோட்டில் எந்தப் புள்ளியிலிருந்து கிடைக்கும் இரு பொருள்களின் கூட்டுச் சமமான மனநிறைவினை அளிக்க வேண்டும். ஆனால், இப்படத்தில் அவ்வாறில்லை. 3 பழங்களும் 60 மிலி பாலும் கொடுக்கும் மனநிறைவு 4 பழங்களும் 80 மிலி பாலும் கொடுக்கும் மனநிறைவிற்கு எவ்வாறு சமமாக இருக்கும். இரண்டு பொருள்களின் அளவையும் உயர்த்தினால் மனநிறைவு உயருமேயற்றி எவ்வாறு சமமாக அமையும். எனவே, சமநோக்குக் கோடு மேல் நோக்கிச் செல்லாது.

அது போன்றே சமநோக்குக் கோடுகள் செங்குத்தாகவோ படுகிடையாகவோ இருக்காது.

4. சமநோக்குக் கோடு ஒரு மனிதனின் மன நிலையைப் பொருத்தது

எனவே, சமநோக்குப் பட்டியலும், சமநோக்குக் கோடுகளும் அவனது வருவாயைப் பொருத்ததாக அமையாது.

5. சமநோக்குக் கோடுகள் தோற்றுவாய்க்கு (origin) **குவிந்தேயிருக்கும்** (Convex to the origin)

இக்கோட்டின் இடப் பாகம் நிமிர்ந்தும், செங்குத்தாகவும், வலப்பாகம் படுகிடையாகவும் இருக்கும். இச் சமநோக்குக் கோடு குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீத விதியைச் சார்ந்தது என்பதை நாம் அறிவோம் (Law of diminishing marginal rate of substitution) இந்த இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் உயராது; அது போன்றே மாருமலும் இருக்காது. இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் உயர்ந்தால், சமநோக்குக் கோடு தோற்றுவாய்க்குக் குழிவாக (concove to the origin) இருக்கும். அது போன்றே இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் மாருமல் இருந்தால் சமநோக்குக் கோடு 45 டிகிரிக்கு நேரான கோடாக இருக்கும். ஆனல், இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் குறைந்து கொண்டே செல்லக்கூடியதாக உள்ளது. எனவே, சமநோக்குக் கோடு தோற்றுவாய்க்குக் குவிந்தே (convex) இருக்கும். ஒரு பொருளின் அளவு உயரும்பொழுது அக்கூட்டில் உள்ள மற்றொரு பொருளின் அளவு குறையும். அப்பொழுது தான் மனநிறைவு சமமாகயிருக்கும்.

6. சமநோக்குக் கோடுகள் இணைக்கோடுகளாக இருக்க வேண்டிய தேவையில்லை

இங்குப் பயன்பாட்டினைப் பண அளவில் கணக்கிடுவதில்லை. எனவே, சமநோக்குக் கோடுகள் இணைக் கோடுகளாக இருக்க வேண்டியதில்லை. மேலும், இரண்டு பொருள்களிடையேயுள்ள பதிலீட்டு வீதம் எல்லாச் சமநோக்குப் பட்டியல்களிலும் சமமாக இருக்கவேண்டியதில்லை. எனவே, இக் கோடுகள் இணையாகவோ, இணைக்கோடுகள் இல்லாமலோ அமையலாம்.

இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம்

(Marginal Rate of Substitution)

ஒரு பொருளின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டினைப் பெறுவதற்கு மற்றொரு பொருளின் அளவை இழக்கவேண்டும். இவ்வாறு ஒரு பொருளின் இறுதிநிலை அலகைப் பெறும் பொருட்டு மற்றொரு

பொருளின் கொடுக்கப்படும் அளவு இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் எனப்படும். மொத்தப் பயன்பாடு மாருமல் ஒரு பொருளின் சிறிதளவைப் பெறுவதற்காக மற்ருெரு பொருளின் சிறிதளவை இழக்கும் வீதத்தையே இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் என் கிரும். ('The rate of substitution can be defined as the rate at which a consumer can exchange a very small amount of one commodity for a very small amount of another commodity, without effecting the total utility').

இரண்டு பொருள்களின் பதிலீட்டு வீதம் குறைந்து செல் லும். இக் கருத்தையே இக்ச் (Hicks) குறந்து செல் பதிலீட்டு வீத விதியின் வாயிலாக விளக்குகிருர். பொருள்களின் இருப்பு அதிகமாகும் பொழுது இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறைந்து கொண்டே செல்லும். அது போல பொருள்களின் இருப்பு அதிகமாகும் பொழுது அவற்றின் இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதமும் குறைந்து கொண்டே செல்லும். பொருள்களின் இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டு வீதத்திலேயே இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் இருக்கும்.

குறைந்து செல் பதிலீட்டு வீத விதி பொது அறிவின் அடிப் படையில் அமைந்ததாகும். மொத்த மனநிறைவைச் சம நிலையில் வைத்திருக்க வேண்டுமாயின் ஒரு கூட்டிலுள்ள ஒரு பொருளின் அளவினை அதிகரித்தால் மற்ருெரு பொருளின் அளவு குறையத்தான் வேண்டும். மாருக ஒரு பொருளின் அளவினை உயர்த்தி மற்ருெரு பொருளின் அளவினை மாருமல் வைத்திருந்தால் மொத்த மனநிறைவு உயரும். எனவே, மொத்த மனநிறைவை நிலையாக வைத்திருக்க வேண்டுமாயின், ஒரு பொருளின் அளவினை உயர்த்தும் பொழுது மற்ருெரு பொருளின் அளவினைக் குறைக்கவேண்டும்.

மேலும் ஒரு பொருளின் அளவினை உயர்த்தும்பொழுது குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு இருக்கவேண்டும். குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதியின்படி (Law of Diminishing Marginal Utility) ஒருவர் ஒரு பொருளின் அளவினை உயர்த்தும் பொழுது அதிகப்படியான அலகுகளின் பயன்பாடு குறைந்தேயிருக்கும். ஒரு நுகர்வோர் ஒரு கூட்டி லுள்ள ஒரு பொருளின் அளவினை உயர்த்திக்கொண்டே செல்லும்பொழுது, அப்பொருளின் மீதான முக்கியத்துவத்தைக் குறைத்துக் கொண்டே செல்வார்.

ஒரு கூட்டிலுள்ள ஒரு பொருளின் அளவு குறையும்பொழுது இறுதிநிலை முக்கியத்துவம் நுகர்வோருக்கு உயரும். எடுத்துக் காட்டாக ஒரு நுகர்வோர் 4 மாம்பழங்களையும் 25 வாழைப்பழங் களையும் உட்கொள்வதாக வைத்துக் கொள்வோம். மற்றொரு கூட்டில் நுகர்வோர் 5 மாம்பழங்களை உட்கொள்வதாகக் கொண் டால் வாழைப்பழங்களின் அளவினைக் குறைக்க வேண்டும். வாழைப்பழங்களின் எண்ணிக்கை குறையும்பொழுது அவர் அப்பொருளின்மீது செலுத்தும் முக்கியத்துவம் அதிகரிக் கிறது. எனவே, ஒரு பொருளின் அளவைக் குறைக்கும்பொழுது அதன் இறுதிநிலை முக்கியத்துவம் உயருகிறது. ஆதலால் அதே வீதத்தில் மற்றொரு பொருளுடன் பதிலீடு செய்ய முடியாது; பதிலீட்டு வீதம் மேலும் குறையும்.

இவ்வாறு குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதக் கொள்கையால் சமநோக்குக் கோடு இடப் பக்கத்திலிருந்து வலப் பக்கமாகச் சரிந்து வருகிறது. இக்கோடு அதனால் முதலில் நேராகச் சரிந்தும், பிறகு குறைவாகச் சரிந்தும், இறுதியாகப் படுகிடையாகவும் செல்கிறது. ஆதலால் சமநோக்குக் கோடு தோற்றுவாய்க்குக் குவிந்து இருக்கிறது.

சில பொருளியல் வல்லுநர்கள் பதிலீட்டு வீதமும் குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு இரண்டும் ஒரே கோட்பாடு எனக் கருதுகின்றனர். குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டுக் கொள்கையின் அடிப்படையிலேயே குறைந்து செல் பதிலீட்டு வீதக் கொள்கை அமைந்துள்ளது என்றும் அதன் மறு உருவமே பின்னது என்றும் கருதுகின்றனர். ஒரு பொருளுக்கு வேறொரு பொருள் பதிலீடு செய்வதே இறுதிநிலைப் பயன்பாடு அல்லது இறுதிநிலை முக்கியத்துவத்தைச் சார்ந்ததே. தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்களின் இக்கருத்திற்கு இது ஒரு காரண மாகும். அதுபோன்றே இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறையும் பொழுது இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் அதுபோலவே குறை கிறது. எனவே, குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு பற்றிய விதி குறைந்து செல் பதிலீட்டு வீத விதியைப் போன்றதே என்று அவர்கள் கருதினார்கள்; முன்னதன் மறு மொழியே பின்னது என்பது அவர்களின் வாதமாகும்.

ஆனால் பேராசிரியர் இக்ச் (Prof. Hicks) இக்கருத்தை ஏற்றுக் கொள்ளவில்லை. இரண்டு விதிகளுக்குமுள்ள பல வேறு பாடுகளை இவர் வெளிப்படுத்தி இரண்டும் வேறுபட்டதே என்று கூறியுள்ளார். பண்டைப் பயன்பாட்டு ஆய்வு பயன்பாட்டினை

அளவிடுதலின் அடிப்படையில் அமைந்தது. இம்முறையில் மொத்தப் பயன்பாட்டினைப் பெறுவதற்குப் பயன்பாட்டினைக் கூட்ட வேண்டும். ஆனால், சமநோக்குக் கோட்டின் ஆய்வு பயன்பாட்டினைக் கூட்டுவதையோ, கழிப்பதையோ அடிப்படையாகக் கொண்டதல்ல. இந்த ஆய்வில் சில மனநிறைவு மற்றவைகளைவிட அதிகமாய் உள்ளது என்றும், அல்லது குறைவாக உள்ளது என்றும் கூறுகிறதேயொழிய எவ்வளவு என்பதைக் குறிப்பிடுவதில்லை. இதுவே சரியானதும் நடைமுறைக்கு ஏற்றதாகவும் உள்ளது.

மேலும் பணத்தின் பயன்பாடு நிலையானது என்று பயன்பாட்டு ஆய்வு கருதுகிறது. கூடுதலான ஒவ்வொரு பொருளின் அலகுக்கும் நுகர்வோர் குறைந்த விலையே கொடுப்பார். ஏனெனில், பணத்தின் பயன்பாடு உயர்ந்ததால் அன்று; கூடுதல் அலகின் குறைந்த பயன்பாட்டினாலேயேதான். மாறாத பணப் பயன்பாட்டின் எடுகோள் மிகவும் உண்மைக்குப் பொருத்தமன்று, ஏனெனில் பணப் பயன்பாடு நுகர்வோரின் வருவாய்க் குறையக் குறைய அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும். இந்த எடுகோள் சமநோக்குக் கோடு ஆய்வில் இடம் பெறவில்லை. ஒரு பொருளின் பயன்பாடு குறைவதாலும், மற்றப் பொருள்களின் அல்லது பணத்தின் பயன்பாடு உயருவதாலுமே பதிலீட்டு வீதம் குறைகிறது.

மேலும் தொன்மை ஆய்வு ஒரே ஒரு பொருளின் அடிப்படையில் தோன்றுகிறது; ஆனால், சமநோக்குக் கோட்டின் ஆய்வு இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட பொருள்களின் அடிப்படையில் தோன்றுகிறது.

மேலே கூறப்பட்ட காரணங்களினால் இரண்டும் ஒரே விதியல்ல; இரண்டுக்கும் பெருத்த வேறுபாடுகள் உள்ளன என்று பேராசிரியர் இக்ச் (Prof. Hicks) கூறியுள்ளார். மேலும் குறைந்து செல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதியைவிட இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு விதி சிறந்தது என்று பேராசிரியர் இக்ச் வலியுறுத்துகிறார்.

பொதுவாக இரண்டு பொருள்களிடையே பதிலீட்டு வீதம் குறையும். ஆனால், இப்பொது விதிக்கு இரண்டு விதி விலக்குகள் உள்ளன. அவைகள் சில நிலைகளில் மாறாத பதிலீட்டு வீதமும், சில நிலைகளில் எல்லையற்ற (infinite) பதிலீட்டு வீதமும் காணப்படும். எடுத்துக்காட்டாகச் சில முழுமையான பதிலீட்டுப் பொருள்களில் பதிலீட்டு வீதம் குறையாமல் நிலையாக இருக்கும்.

இதற்குச் சிறப்பான ஓர் எடுத்துக்காட்டுக் காப்பியும் தேயிலேயும் ஆகும். இவையிரண்டும் முழுமையான பதிலீடாகும். (Perfect substitutes). ஒரு கோப்பைக் காப்பியை அதிகப்படுத்தினல் ஒரு கோப்பைத் தேயிலேயைக் குறைக்கவேண்டும். இங்குப் பதிலீட்டு வீதம் ஒரு கோப்பையாகவே மாருமல் இருக்கிறது. எனவே, முழுமையான பதிலீடாக உள்ள பொருள்களில் பதிலீட்டு வீதம் குறையாமல் மாருமல் இருக்கும். ஆனல், சில பொருளியல் வல்லுநர்கள் முழுமையான பதிலீட்டுப் பொருள்களே ஒரே பொருளேப் போன்றே கருதவேண்டும் என்று கருதுகிருர்கள்.

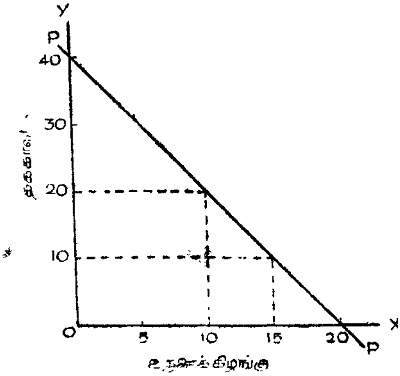
மேலும் சில பொருள்கள் ஒன்றுக்கொன்று சார்ந்ததே என்றும் இவைகளுக்கிடையே பதிலீடு இல்லேயென்றும் காண லாம்.

நுகர்வோருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு மனநிறைவைத் தர இரண்டும் பொருள்களிலும் குறிப்பிட்ட அளவுத் தேவைப்படும். எனவே, ஒரு பொருளின் அளவைக் கூட்டி மற்ருெரு பொருளின் அளவைக் குறைப்பதால் அதே அளவு மனநிறைவைப் பெற முடியாது.

விலேக் கோடு (Price Line)

வருவாயின் அளவைக் கொண்டும் பொருள்களின் விலேயைக் கொண்டும் விலேக் கோடு நிருணயிக்கப்படுகிறது. ஓர் எடுத்துக் காட்டின் வாயிலாக இதை விளக்கலாம். நுகர்வோரின் வருவாய் ரூ. 100 என்று கொள்வோம். இந்த வருவாயைக் கொண்டு இரண்டு பொருள்களே மட்டும் வாங்குவதாகக் கொள் வோம். ஒரு கிலோ உருளேக்கிழங்கின் விலே ரூ. 5 என்றும்; ஒரு கிலோ தக்காளியின் விலே ரூ. 2·50 என்றும் கொள்வோம். தன்னுடைய வருவாயான ரூ. 100-ஐக் கொண்டு அவர் 20 கிலோ உருளேக்கிழங்கையோ அல்லது 40 கிலோ தக்காளியையோ வாங்கலாம். அல்லது இரண்டு பொருள்களே யும் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வாங்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக 15 கிலோ உருளேக்கிழங்கையும் 10 கிலோ தக்காளியையும் வாங்க லாம். இப்பொருள்களே அதிகமாக அவர் வாங்க முடியாது. ஏனெனில், வருவாய் அதற்கு மேல் இடமளிக்காது. அல்லது 10 கிலோ உருளேக்கிழங்கும் 20 கிலோ தக்காளியும் வாங்கலாம். இவ் விவரங்களேக் கொண்டு ஒரு படம் வரையலாம். இதிலிருந்து ஒரு கோடு கிடைக்கும். இதை விலேக்கோடு என்கிருேம்.

வரைபடத்தில் OX அச்சில் உருளைக்கிழங்கையும் OY அச்சில் தக்காளியையும் எடுத்துக் கொள்ளலாம். மேற்கண்ட

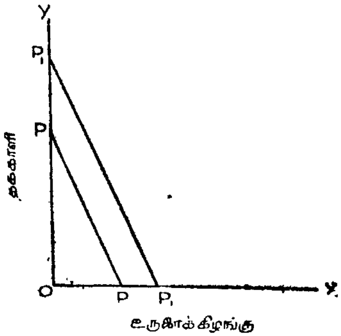


படம் 17

எடுத்துக்காட்டில் கொடுக்கப் பட்டுள்ள விவரங்களிலிருந்து OX அச்சையும் OY அச்சையும் வைத்து ஒருகோடு வரையலாம். இதிலிருந்து கிடைக்கும் PP என்ற கோடு விலைக்கோடு எனப்படும்.

வருவாய் உயரும்பொழுது நுகர்வோர் பெறும் பொருள்களின் எண்ணிக்கை அதிகமாவதால் விலைக்கோடு வெவ்வேராக அமையும். வருவாய் அதிகரிக்கும்பொழுது விலைக்கோடு வலப்புறமாக இடம் மாறுகிறது. வருவாய் குறையும் பொழுது விலைக்கோடு இடப்புறமாக இடம் மாறுகிறது.

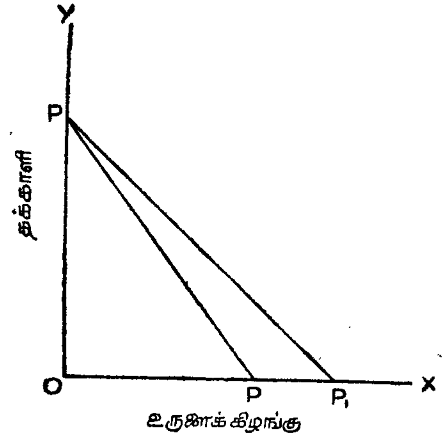
வருவாய் PP இலிருந்து P_1 P_1 க்கு உயரும்பொழுது இரண்டு பொருள்களையும் அதிகமாக வாங்க முடியும். எனவே, வருவாய் PP யிலிருந்து P_1P_1 க்கு உயரும்பொழுது விலைக்கோடு வலப்புறமாக இடம் மாறுவதைக் காணலாம்.



படம் 18

இதுபோன்றே நுகர்வோரின் வருவாயில் மாறுதல் இல்லாதிருக்கும்பொழுது விலைக்கோடு இடம் மாறுகிறது. இது பொருள்களின் விலையில் ஏற்படும் மாற்றங்களைப் பொருத்து அமையும். வருவாய் மாறுமல் இருக்கும் பொழுது ஒரு பொருளின் விலையும் மாறுமலிருக்கும்போதும், மற்றொரு பொருளின் விலை மட்டும் உயரவோ குறையவோ நேர்ந்தால் விலைக்கோடு இடம் விட்டு மாறும்.

படத்தில் காட்டியுள்ளபடி தக்காளியின் விலை மாறுமலிருக்கும்பொழுது உருளைக்கிழங்கின் விலை மட்டும் மாறும்பொழுது



படம் 19

விலைக்கோடு PP யிலிருந்து PP_1க்கு மாறுவதைக் காணலாம். எனவே, விலைக்கோடு பொருள்களின் விலையைப் பொருத்தும் அமையும் எனலாம்.

நுகர்வோர் சமன்பாடு
(Consumers Equilibrium)

இதுவரை நுகர்வோரின் சுவையைக் காட்டக் கூடிய சமநோக்குப் படத்தையும் (indifference map) பொருளின் விலையையும் நுகர்வோரின் பண வருவாயையும் காட்டக்கூடிய விலைக் கோட்டையும் தனித்தனியே கண்டோம். நுகர்வோரின் சமன்பாட்டினை அறிய இவ்விரண்டையும் இணைக்கவேண்டும். பண வருவாய், பொருள்களின் விலை இவற்றை அடிப்படையாகக் கொண்டு எந்த அளவில் உயர்ந்த மொத்தப் பயன்பாட்டினைப் பெற முடியும் என்று கணக்கிடுகிறோமோ அந்த நிலையை நுகர்வோர் சமன்பாட்டு நிலை என்கிறோம்.

இந்த ஆய்வு கீழ்க்கண்ட எடுகோள்களின் அடிப்படையில் தோன்றுகிறது :

1. நுகர்வோரிடத்தில் இரண்டு பொருள்களுக்கான (வாழைப்பழம், பால்) சமநோக்குப் படம் கைவசம் உள்ளது. இரண்டு பொருள்களின் முன்னுரிமை அளவுகோலை (Scale of indifference) சமநோக்குக் கோடு குறிக்கிறது. இந்த முன்னுரிமை அளவுகோல் மாருமலிருக்கும் என்று எடுத்துக் கொள்ளவேண்டும்.

2. நுகர்வோரிடத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு பணம் உள்ளது என்றும் அதை இவ்விரண்டு பொருள்களுக்குமே செல

விடுகிறார் என்றும் கொள்ளவேண்டும். அவர் தன் வருவாயின் சிறு பகுதியைக்கூட சேமிக்கவில்லை என்று கொள்ளவேண்டும்.

3. பொருள்களின் விலைகள் சந்தையில் கொடுக்கப்பட்டுள்ளன. அவைகள் மாறாமல் இருக்கும் என்று கொள்ளவேண்டும்.

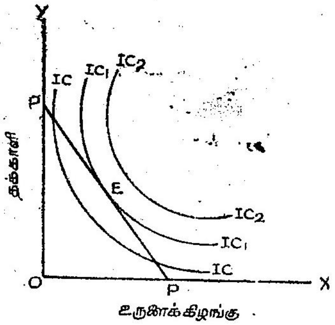
4. நுகர்வோர் தன் மனநிறைவை உச்சநிலையில் வைத்துக்கொள்வார் என்று கொள்ளவேண்டும்.

நுகர்வோர் சமன்பாட்டிற்கு ஒரு வாய்பாடு உள்ளது.

$$\frac{\text{Aயின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு}}{\text{Aயின் விலை}} = \frac{\text{Bயின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு}}{\text{Bயின் விலை}}$$

$$= \frac{\text{Cயின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு}}{\text{Cயின் விலை}} = \frac{\text{Dயின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு}}{\text{Dயின் விலை}}$$

இக் கருத்தைச் சமநோக்குக் கோட்டு ஆய்வின்படி ஒரு படத்தின் வாயிலாக விளக்கலாம்.



படம் 20

E என்ற புள்ளியே நுகர்வோர் சமன்பாடு என்கிறோம். இப்புள்ளியில் விலைக்கோடு PPஐ சம நோக்குக் கோடு E என்ற புள்ளியில் தொடுகிறது. இப் புள்ளியில் விலைக் கோட்டின் சரிவும் (PP); சம நோக்குக் கோட்டின் (IC_1) சரிவும் சமமாகயிருக்கும். IC_1 என்ற சம நோக்குக் கோட்டின் சரிவில் ஒரு குறிப்பிட்டப்புள்ளியில் ஒரு பொருளுக்கும் மற்றொரு பொருளுக்குமிடையேயுள்ள பதிலீட்டு வீதத்தைக் காட்டுகிறது; அல்லது ஒரு பொருள் மற்றொரு பொருளுக்கான இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதத்தைக் காட்டுகிறது. அதுபோல விலைக் கோட்டின் சரிவு ஒரு பொருளுக்கும் மற்றொரு பொருளுக்குமிடையேயுள்ள விலை வீதத்தைக் (price ratio) காட்டுகிறது.

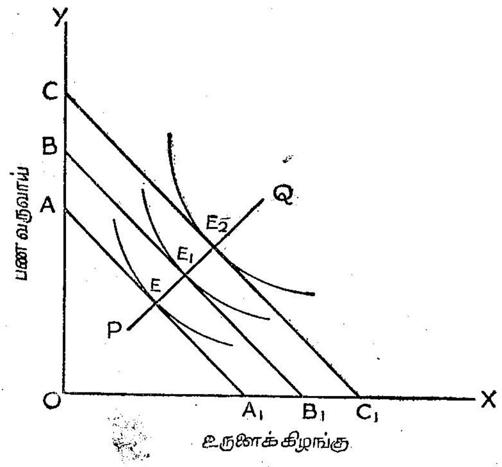
எனவே பதிலீட்டு வீதம் = விலை வீதம் ; அல்லது உருளைக் கிழங்கின் தக்காளிக்கு இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம்

$$= \frac{\text{உருளைக்கிழங்கின் விலை}}{\text{தக்காளியின் விலை}}$$

(Substitution Ratio = Price Ratio *OR* MRS of Potato for Tomato $= \frac{\text{Price of Potato}}{\text{Price of Tomato}}$)

வருவாய் விளைவு (Income Effect)

பொருளின் விலை மாறாமலிருக்கும்பொழுது வருவாயில் மாற்றம் ஏற்படின் நுகர்வோர் அதிகமான அல்லது குறைவான மனநிறைவைப் பெறமுடியும். வருவாய் உயரும்பொழுது நுகர்வோர் உயர்ந்த விலைக்கோட்டை அடைய முடியும்; எனவே, உயர்ந்த சமநோக்குக் கோட்டினை அடைய முடியும். வருவாயில் மாற்றம் ஏற்படும்பொழுது தேவையில் மாற்றம் ஏற்படின் அது வருவாய் விளைவு எனப்படும். கீழ்க்கண்ட படத்தின் வாயிலாக வருவாய் விளைவை விளக்கலாம். OX என்ற அச்சில் உருளைக்கிழங்கின் அளவையும்; OY என்ற அச்சில் பண வருவாயையும் கொள்வோம்.



படம் 21

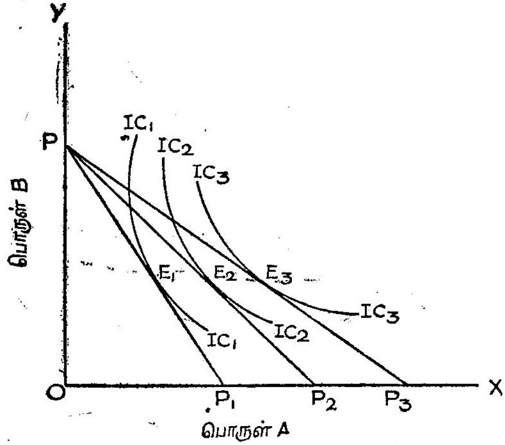
நுகர்வோரின் வருவாய் உயரும்பொழுது வருவாய்—விலைக் கோடு வலப்புறமாக இடம் பெயருகிறது என்பதைப் படத்தில் காணலாம். உருளைக்கிழங்கின் விலை மாறாமலிருப்பதாகக் கொண்டுள்ளதாலும் வருவாய் உயருவதாகக் கொண்டுள்ளதாலும் AA_1, BB_1, CC_1 என்ற வருவாய்-விலைக்கோடுகள் இணையாக உள்ளன. வருவாய்—விலைக்கோடுகள் உயர உயர, நுகர்வோர் உயர்ந்த சமநோக்குக் கோடுகளுக்குச் செல்வார். இப்படத்தில் தொடு புள்ளிகளை இணைத்தால் கிடைக்கும் PQ என்ற கோடு வருவாய் நுகர்ச்சிக் கோடாகும் (income consumption curve) இரண்டு

பொருள்களின் விலைகளும் மாருமலிருக்கும்படி கொண்டாலும் இரண்டு பொருள்களின் நுகர்வில் ஏற்படும் மாறுதலுக்கும் வருவாயில் உள்ள மாறுதலுக்கும் உள்ள தொடர்பினை வருவாய் நுகர்ச்சிக் கோடு காட்டுகிறது. இப்படத்தில் வருவாய் OA ஆக இருக்கும்பொழுது நுகர்வோரின் தேவை OA_1 ஆக இருக்கும். வருவாய் OA யிலிருந்து OB-க்கு உயரும்பொழுது OB_1 வரை நுகர்வோரின் தேவை உயரும்; அது போன்றே OB யிலிருந்து OC-க்கு வருவாய் உயரும்பொழுது நுகர்வோரின் தேவை OC_1க்கு உயரும். இவ்வாறு வருவாய் உயர உயர நுகர்வோரின் தேவை உயருவதை வருவாய் விளைவு விளக்குகிறது.

வருவாய் விளைவு மூன்று வகைப்படும். அவை (1) நேர் வருவாய் விளைவு (Positive income effect) (2) பூஜ்ஜிய வருவாய் விளைவு (Zero income effect) (3) எதிர் வருவாய் விளைவு (Negative income effect) எனப்படும். வருவாயின் அளவு உயர உயர நுகர்வோரின் தேவை உயர்ந்தால் அதை நேர் வருவாய் விளைவு என்கிறோம். சில பொருள்களைப் பொருத்தவரையில் நுகர்வோரின் வருவாயில் எவ்வளவு உயர்வு இருந்தால் அப்பொருளுக்குத் தேவை உயராது மாருமலிருக்கும். எடுத்துக் காட்டாக வருவாய் உயர்ந்தால் நுகர்வோர் அதிகமான அளவு சிகரெட் புகைப்பதில்லை. இதற்குப் பூஜ்ஜிய வருவாய் விளைவு என்று பெயர். சில பொருள்களைப் பொருத்தவரையில் வருவாய் உயர உயர அப்பொருள்களுக்கான தேவை குறைந்தும் செல்லும். எடுத்துக்காட்டாக வருவாய் உயரும்பொழுது நுகர்வோர் மைதா போன்ற பொருள்களின் தேவையைக் குறைத்துக் கொண்டு பழங்களையும், காய்களையும் அதிகமாக வாங்குவார்கள். எனவே, வருவாய் உயரும்பொழுது மைதா போன்ற பொருள்களின் தேவை குறைவதையே எதிர் வருவாய் விளைவு என்கிறோம்.

விலை விளைவு (Price Effect)

இரண்டு பொருள்களின் விலை வீதம் மாறும்பொழுது அவற்றின் சேர்க்கை அளவுகள் சில நேரங்களில் மாறும். விலை வீதம் இவ்வாறு மாறும்பொழுது சமநோக்குக் கோடு உயரும் அல்லது தாழ்ந்திருக்கும். விலை விளைவை அடுத்த பக்கத்திலுள்ள படத்தின் வாயிலாக விளக்கலாம்.



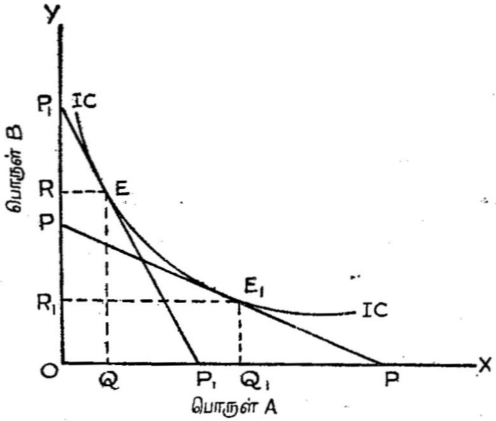
படம் 22

A என்ற பொருளின் விலை மாறும்பொழுது A என்ற பொருளை OP_1, OP_2, OP_3 என்ற அளவுகளில் வாங்கலாம். PP_1, PP_2, PP_3 ஆகிய மூன்று கோடுகளும் விலைக் கோடுகளாகும். ஒரு பொருளின் விலை மாருமலிருக்கும்பொழுது (B என்ற பொருள்) A என்ற பொருளின் விலை எவ்வளவு குறைகிறதோ அதற்கு ஏற்ருற்போல் விலைக்கோடுகள் சாயும். PP_1 என்ற விலைக்கோடு E_1 என்ற புள்ளியில் சமநோக்குக் கோட்டில் தொடுகோடாக உள்ளது. PP_2 என்ற விலைக்கோடு E_2 என்ற புள்ளியில் சமநோக்குக் கோட்டில் தொடு கோடாக உள்ளது. அதுபோன்றே PP_3 என்ற விலைக் கோடு E_3 என்ற புள்ளியில் சமநோக்குக் கோட்டில் தொடுகோடாக உள்ளது. E_1, E_2, E_3 என்ற புள்ளிகளைச் சேர்த்தால் விலை நுகர்வுக் கோடு (Price-consumption curve) கிடைக்கும். சமநோக்குக் கோடுகளின் போக்கைப் பொருத்தே விலை நுகர்வுக்கோடு அமையும்.

பதிலீட்டு விளைவு (Substitution Effect)

பொருள்களின் விலை மாறும்பொழுது அதற்கேற்ருற்போல் நுகர்வோரின் வருவாயும் மாறினல் முன்னிருந்த நிலையிலேயே நுகர்வோர் இருக்கும் நிலையைப் பதிலீட்டு விளைவு என்கிரேம். அதாவது நுகர்வோருடைய நிலை இங்கு உயராமலும் தாழாமலும் இருக்கும். பொதுவாகப் பொருள்களின் விலை வீதம் மாறும்பொழுது நுகர்வோர் விலை அதிகமானப் பொருளை வாங்காமல் விலைக் குறைந்த பொருளையே வாங்குவார். இந்நிலையில் அவர்

முன்பிருந்த சமநோக்குக் கோட்டிலேயே இருப்பார். மன நிறைவு முன்பிருந்த நிலையிலேயே இருக்குமேயன்றிப் பொருள் களின் சேர்க்கையில் அளவு மட்டும் மாறும்.



படம் 23

இப்படத்தில் P_1P_1 என்ற கோடு பழைய நிலையைக் காட்டு கிறது. இப்பொழுது அவன் A என்ற பொருளில் OQ என்ற அளவையும் B என்ற பொருளில் OR என்ற அளவையும் வாங்கு கிறான். இப்பொழுது B என்ற பொருளின் விலை உயருவதாகக் கொள்வோம். நுகர்வோர் விலை உயர்ந்த B என்ற பொருளில் OR_1 என்ற அளவு மட்டும் வாங்கிக் கொண்டு, A என்ற பொரு ளில் OQ_1 என்ற அளவுக்கு அதிகமாக வாங்குவார். இதுவே பதிலீட்டு விளைவாகும்.

சிறப்பு

சமநோக்குக் கோட்டு ஆய்வு மார்சலின் கோட்பாட்டினை விடச் சிறந்தது எனலாம்.

1. மார்சலின் கோட்பாடு பயன்பாட்டினை அளக்கலாம் என்ற அடிப்படையில் தோன்றியது. இந்த எடுகோள் சரி யன்று. ஆனல், இக்சின் இக்கோட்பாடு பயன்பாட்டினை அளக்க முடியும் என்ற எடுகோளின் அடிப்படையில் ஏற்பட்டது அல்ல. பயன்பாட்டினை வரிசைப்படுத்த முடியுமேயன்றி அளவிட முடி யாது. பொருள்களின் அளவு மாறுவதால் ஏற்படும் வேறுபட்ட மனநிறைவுகளைப் பற்றி ஆய்வதே சமநோக்குக் கோட்டின் ஆய்வாகும்.

2. மார்சலின் மற்றுமோர் எடுகோள் இக்சின் (Hicksian) கோட்பாட்டில் இடம் பெறவில்லை. பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு மாருமல் நிலையாக இருக்கும் என்பதே மார்சலின் கோட்பாட்டின் எடுகோளாகும். இது தவருகும். இக்சின் கோட்பாட்டில் இத்தகைய எடுகோளுக்கு இடமேயில்லை.

3. மார்சலின் கோட்பாட்டில் மட்டரகப் பொருள்கள், கிப்பன் பொருள்கள் (Giffen goods) பற்றிய தேவை விதி விளக்கப்படவில்லை. ஏனெனில், வருவாய் விளைவு பற்றியக் கருத்துகளை அறியாததே காரணமாகும். இப் பொருள்களைப் பற்றிய முழுமையான ஆய்வை இக்ச் (Hicks) கொடுத்துள்ளார். பொதுவான பொருள்களின் ஆய்வே மார்சலின் கோட்பாடு என்ருல் இக்சின் கோட்பாடு அனைத்துச் சிறப்புப் பொருள்களையும், மட்டரகப் பொருள்களையும், கிப்பன் பொருள்களையும் பற்றிய ஆய்வு எனலாம்.

4. பதிலீட்டு விளைவின் அடிப்படையில் மட்டுமே மார்சல் தேவை விதியை விளக்குகிருர். ஆனுல், இக்சின் கருத்துப்படி தேவை விதி (அல்லது விலை விளைவு) பதிலீட்டு விளைவு, வருவாய் விளைவு இரண்டின் காரணமேயாகும்.

5. நுகர்வோரின் பண வருவாயையும் பொருளின் தேவையின் அளவையும் தொடர்புள்ளதாக மார்சல் கருதவில்லை. ஆனுல், இக்ச் இவையிரண்டிற்கும் இடையேயுள்ள தொடர்பினைக் காட்டுகிருர்.

6. மார்சலின் விளக்கம் ஒரே ஒரு பொருளின் அடிப்படையில் தோன்றியதாகும். ஆனுல், இக்சின் கோட்பாடு இரண்டு பொருள்களின் அடிப்படையில் தோன்றியது.

மேலே கூறப்பட்ட வாதங்களிலிருந்து மார்சலின் கோட்பாட்டிலிருந்து இக்சின் கோட்பாடு வளர்ச்சியடைந்தது என்றும் சிறந்தது என்றும் அறியலாம்.

திறனாய்வு (Criticisms)

மார்சலின் கோட்பாட்டினைவிடச் சமநோக்குக் கோட்டு ஆய்வு சிறந்தது என்றபொழுதிலும் இக்கோட்பாடும் குறைகள் அற்றவை என்று கூற முடியாது. முதல் குறைபாடு அதன் நடைமுறைக்கு ஏற்றதல்ல என்பதேயாகும். ஒரே அளவு மன

நிறைவினைக் கொடுக்கும் இரண்டு பொருள்களின் கூட்டுக ளடங்கிய சமநோக்குப் பட்டியலைச் செய்வது கடினமாகும்.

இரண்டாவதாக நுகர்வோர் முன்னுரிமைப் பட்டியலை நன்கு அறிந்தவர்கள் என்ற அடிப்படையில் சமநோக்குக் கோடு அமைந்துள்ளதாக இந்த ஆய்வு எடுகோளாகக் கொண்டுள்ளது. ஒவ்வொரு நுகர்வோரும் வெவ்வேறு கூட்டுகளையும் இரண்டு பொருள்களிடையேயுள்ள பதிலீடுகளையும் நுகர்வோர் நன்கு அறிவார்கள் என்று சமநோக்குக் கோட்டின் ஆய்வு எடுகோ ளாகக் கொண்டுள்ளது. இரண்டு பொருள்களின் அளவுகளைப் பலவிதமாகக் கூட்டுவதனாலும் நுகர்வோரின் மனநிறைவு ஒரே சமநோக்குக் கோட்டில் சமமாகயிருக்கும் என்றும் அவ்வாறு மனநிறைவினைச் சமமாகப் பெறுவதற்கு எந்த அளவில் இரண்டு பொருள்களின் அளவுகளின் கூட்டும் அமையவேண்டும் என்பதை நுகர்வோர் நன்கு அறிவார்கள் என்று சமநோக்குக் கோட்டின் ஆய்வு தெரிவிக்கிறது. ஆனால், சாதாரண நுகர்வோர் இவையனைத்தையும் நன்கு அறிவார்களா என்பது சந்தேகத் திற்கு இடமளிக்கிறது.

மூன்றாவதாக இரண்டு பொருள்களில் சமநோக்குக் கோட் டின் ஆய்வை நடத்துவதாக இக்ச் விளக்கியுள்ளார். இதற்கு ஏற்றாற்போல் நுகர்வோரின் தேர்வு அவ்வளவு எளிதாகவும் இல்லை; வருவாய் அனைத்தும் இரண்டு பொருள்களுக்கு மட்டுமே செலவிடுவதாக எடுத்துக்கொண்டோம். ஆனால், உண்மையில் நுகர்வோரின் தேர்வு அவ்வளவு எளிதல்ல. நுகர் வோர் நடைமுறையில் இரண்டு பொருள்களை மட்டும் வாங்குவ தில்லை; நுகர்வோர் தன் வருவாயில் பலவிதமானப் பொருள் களைப் பெறவேண்டியும், தேவையும்படுகிறது. எனவே, சம நோக்குக் கோட்டின் ஆய்வு நடைமுறைக்கு ஏற்றதல்ல.

நான்காவதாக ஒரு பொருளின் அனைத்து அலகுகளும் ஒன்றுபோன்றே இருக்கும் என இக்கோட்பாடு கருதுகிறது. பொருள்களின் உள்ள வேறுபாடுகளை இக்கோட்பாடு கவனத்தில் கொள்ளவில்லை.

எனவே, மார்சலின் கோட்பாட்டினைக் காட்டிலும் இக்கோட் பாடு சிறந்ததல்ல என்பதே சில பொருளியல் வல்லுநர்களின் கருத்தாகும். இராபர்ட்சன் (Robertson) இக்சின் கோட்பாடு புதிய புட்டியில் பழைய மது என்ற பொருளில் இக்கருத்தை வலியுறுத்தியுள்ளார். ("Old wine in a new bottle")

இருப்பினும் சமநோக்குக் கோட்டின் ஆய்வு தற்காலத்தில் நுகர்வோரின் நடவடிக்கையைப் பற்றிச் சிறந்த கோட்பாடாகக் கருதப்படுகிறது. சமநோக்குக் கோடு நுகர்வுக்கு மட்டுமன்றிப் பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் அனைத்திலும் பயன்படுகிறது. உற்பத்திக்கும், மதிப்புக் கோட்பாட்டிற்கும், அயல் நாட்டு வாணிபக் கோட்பாட்டிற்கும், வரி கோட்பாட்டிற்கும் போன்ற பலவித பொருளாதாரக் கோட்பாடுகளுக்கும் சமநோக்குக் கோடு பயன்படுகிறது.

இக் கோட்பாடு பலவிதமான பயன்படுகிறது. இக்கோட்பாடு நுகர்வோர் எச்சத்தை மிகவும் சரியாகக் கணக்கிட உதவுகிறது. பயன்பாடு மார்சலின் பயன்பாட்டு ஆய்வில் அளவிட முடியாது என்பதனுல் நுகர்வோர் எச்சத்தை அளவிடவும் முடியாது. இக்குறையைச் சமநோக்குக் கோட்டின் ஆய்வு தீர்க்கிறது. இந்த ஆய்வின் உதவியால் நுகர்வோர் எச்சத்தை அளவிட முடியும். தேவைகளின் அளவுகளைப் பலவித விலைகளில் குறிப்பிடுவது தேவைக் கோடாகையால்; அக்கோட்டைச் சமநோக்குக் கோடுகள் இல்லாமல் அமைக்க முடியாது.

இந்த ஆய்வின் சிறப்பியல்பு, பயன்பாடு அளவிடத் தக்கது என்ற எடுகோளை ஏற்றுக் கொள்ளாமல் இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் கணக்கிடப்படுகிறது. இத்தகைய சிறப்பியல்புகளைக் கொண்டுள்ள இக் கோட்பாட்டின் ஆய்வின் சிறப்பைப் பற்றிக் குறிப்பிடும்பொழுது தன்னுடைய 'மதிப்பும் முதலும்' என்ற நூலின் இக்ச் (Hicks) கீழ்க்கண்டவாறு குறிப்பிட்டுள்ளார். நுகர்வுப் பொருள்களின் நுகர்வோரின் தேர்வில் தொடங்கிய ஆய்வு, பொதுவாகப் பொருளாதாரத் தேர்வின் கோட்பாட்டில் முடிகிறது என்றும் பொருளியலின் மொத்தக் கோட்பாட்டினை இதன் மூலம் காண்கிறோம் என்ற பொருள்படக் கூறியுள்ளார். ('What begins as an analysis of consumer's choice among consumption goods ends as a theory of economic choice in general'—Hicks)

6. உற்பத்தி

(Production)

மனிதனுடைய தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யவேண்டுமானால் பொருள்களையும் பணிகளையும் அதிக அளவில் உற்பத்தி செய்ய வேண்டும். ஒரு நாட்டின் முன்னேற்றம் அந்த நாட்டின் உற்பத்தித் திறனைப் பொருத்து அமையும். மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தையும் மக்களின் நலனையும் நாட்டின் உற்பத்தித் தீர்மானிக்கிறது. உற்பத்தி உயர்வின்றி நாட்டின் முன்னேற்றத்தைக் காண முடியாது. பொதுவாக உற்பத்தி என்றவுடன் விவசாயமும், தொழிற்சாலைகளில் உருவாக்கப்படும் பொருள்களுமே நமது நினைவுக்கு வருகின்றன. ஆனால், பொருளியலில் உற்பத்தி என்ற சொல் சிறந்து விளங்குகிறது. விவசாயம், தொழில்கள் மட்டுமன்றி மீன் பிடித்தல், வேட்டையாடுதல், சுரங்கத் தொழில், போக்குவரத்து, பதிலாள் பணிகள் (Agency Services) போன்ற பணிகளும் உற்பத்தி என்ற பிரிவில் இடம் பெறுகின்றன. இதனைப் பற்றிய விளக்கத்தை இனிக் காண்போம்.

பொதுவாக 'உற்பத்தி' என்ற சொல்லைப் 'பொருள்களை உருவாக்குதல்' என்னும் பொருளில் பயன்படுத்துகின்றனர். ஆனால், சிறிது சிந்தனை செய்து பார்த்தால் மனிதனால் பொருளை உருவாக்கவும் முடியாது, அழிக்கவும் முடியாது. ஆனால், இயற்கைச் செல்வங்களைத் தக்க வகையில் மாற்றிப் படைக்கலாம் என்பது விளங்கும். எனவே, இயற்கை வளங்களை மனிதர்கள் நுகர்வதற்கு ஏற்ற வகையில் மாற்றியமைக்கின்ற பணியே பொருளியலில் உற்பத்தி எனப்படுகிறது. (Man cannot add anything to the existing matter. He can only change the form or shape of the things given by natur. As a result they become more useful and valuable.') எனவேதான் மனிதன் நிலத்தைச் செப்பனிட்டு, உழுது பயிர் செய்கிறான். காடுகளில் உள்ள மரங்களைக் கொண்டு அழகிய மனைத்துணைப் (furniture) பொருள்களை உருவாக்குகிறான். இயற்கைச் செல்வங்களைக் கொண்டு அழகிய பண்டங்களை உருவாக்குகிறான். ஆதலால்

பொருளியலில் 'உற்பத்தி' என்பது பயன்பாட்டை உருவாக்குதலைக் குறிக்கும். (production is the creation of utility).

பொருளியலில் எந்தெந்த வேலைகள் பணத்திற்கு ஈடாகச் செய்யப்படுகின்றனவோ, அந்தந்த வேலைகள் மட்டுமே 'உற்பத்தி' என்ற பகுதியில் அடங்கும். பொருள்களை மாற்றி அமைத்தால் மட்டும் போதாது, அந்த அமைப்பு மதிப்புடையதாகவும் இருக்கவேண்டும். பணத்திற்கு மாற்றக் கூடிய பொருளையோ பணிகளையோ உருவாக்குவதே உற்பத்தி என்று பொருளியல் வல்லுநரான பிகு (Pigou) கூறுகின்றார். அவர் கருத்துப்படி எந்த ஒரு பொருளையோ பணியையோ தன் உபயோகத்திற்காக உருவாக்குவது உற்பத்தி ஆகாது. ஆனால், அப் பொருளையோ பணியையோ பணத்திற்கு ஈடாக உருவாக்கினால் அது உற்பத்தி ஆகும்.

பொருள்களை மூன்று முறைகளில் உருவாக்கலாம். முதலாவதாகப் பொருளின் உருவத்தை மாற்றி உருவாக்குவது. எடுத்துக்காட்டாகக் குயவன் களிமண்ணைக் கொண்டு அழகிய மண் பாண்டங்கள் உருவாக்குவது. பருத்தியிலிருந்து கிடைக்கும் பஞ்சை நூலாக மாற்றுவது போன்றது. இதற்கு உருவப் பயன்பாடு என்று பெயர். (Form Utility)

இரண்டாவதாக ஓரிடத்தில் கிடைக்காத அரிய பொருளை அது தாராளமாகக் கிடைக்கும் வேறு இடங்களிலிருந்து கொண்டு வந்து சேர்ப்பது. எடுத்துக்காட்டாக அசாமில் தாராளமாகக் கிடைக்கும் தேயிலையைத் தமிழகத்திற்குக் கிடைக்கச் செய்வது. இதற்கு இடப் பயன்பாடு (Place Utility) என்று பெயர். இந்த இடப் பயன்பாட்டை உருவாக்குவதில் போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் மிகவும் உதவுகின்றன. மூன்றாவதாக ஒரு பொருளை எல்லாக் காலங்களிலும் சீராகக் கிடைக்கச் செய்வது. இதற்குக் காலப் பயன்பாடு என்று பெயர் (Time Utility) உணவுத் தானியங்களை ஆண்டு முழுவதும் ஒரே சீராக மக்களுக்குக் கிடைக்கச் செய்வது காலப் பயன்பாட்டிற்கு ஓர் எடுத்துக்காட்டாகும். ஆகவே, பொருள்களின் உருவத்தையும், இடத்தையும், காலத்தையும் மாற்றி அமைப்பதே உற்பத்தி எனக் கூறலாம். பொருளியலில் உற்பத்தி ஒரு பகுதியே ஆகும். ஏனெனில் நுகர்வு, மாற்று, பகிர்வு போன்ற மற்றப் பிரிவுகளும் பொருளியல் செய்கைகளில் உள்ளன.

தொழில் வகைகள்

உற்பத்தித் தொழில்களை நான்கு பகுதிகளாகப் பிரிக்கலாம்.

(i) எடுப்புத் தொழில்கள் (Extractive Industries) இயற்கைச் செல்வங்களைப் பூமியில் இருந்து எடுப்பதை எடுப்புத் தொழில்கள் என்று கூறுகின்றோம். உதாரணமாகச் சுரங்க வேலை (Mining) வேளாண்மை (Farming) மீன்பிடித்தல் (Fishing) வேட்டையாடுதல் (Hunting) முதலியவைகளை எடுப்புத் தொழில்களாகக் கருதலாம்.

தயாரிப்புத் தொழில்கள் (Manufacturing Industries.) கச்சாப் பொருள்களை (Raw materials) மனிதன் நுகர்வதற்கு ஏற்ற வகையில் மாற்றி அமைப்பதற்குத் தயாரிப்புத் தொழில்கள் என்று பெயர். பருத்தியைத் துணியாக்கும் பருத்தி ஆலைகள் (Textile mills) கரும்புச் சாற்றைச் சர்க்கரையாக மாற்றும் ஆலைகள் போன்றவை இதற்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

வாணிகப் பணிகள் (Commercial Services) வாணிகத்தைத் தடையின்றி நடத்த உதவும் நிலையங்கள் யாவும் இந்தப் பிரிவில் சேரும். போக்குவரத்து, காப்புறுவதி (Insurance) பணக் கூடங்கள் (Banks) போன்றவைகள் வாணிகப் பணிகள் என்ற வகையைச் சாறும்.

நேர்முகப் பணிகள். (Direct Services). நடிகர்கள் (Actors), மருத்துவர்கள், வழக்கறிஞர்கள், ஆசிரியர்கள் போன்றோர்கள் செய்கின்ற பணிகளை நேர்முகப் பணிகளாகக் கூறலாம்.

உற்பத்திக் காரணிகள் (Factors of Production).

உற்பத்தி பல சாதனங்களின் தொகுப்பினால் நடைபெறுகிறது. உற்பத்திக்குக் காரணமாக இருப்பவை. i. நிலம் (Land) ii. உழைப்பு (Labour), iii. மூலதனம் (Capital), iv. அமைப்பு (Organisation) என்ற நான்கு காரணிகளாகும். ஆகவே, இவைகளை உற்பத்திக் காரணிகள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. ஆனால், ஒரு சில பொருளியல் வல்லுநர்கள் இதை ஏற்றுக் கொள்ளாது, நிலம், உழைப்பு, மூலதனம் ஆகிய மூன்றே உற்பத்திக் காரணிகளாகும் என்கிறார்கள். அவர்கள் கருத்து யாதெனில் அமைப்பு என்பது ஒருவகை உழைப்பேயாகும். எனவே, அமைப்பு உழைப்பு என்ற உற்பத்திக் காரணிகளோடு சேர்ந்து இயங்குகின்றன எனக் கூறுகின்றனர். பேராசிரியர் வீசர் (Weiser) போன்ற வேறு சில வல்லுநர்கள் உற்பத்திக்

காரணிகள் இரண்டு என்றும், அவை நிலமும், உழைப்பும் ஆகும் என வலியுறுத்துகிறார்கள். இவர்கள் கருத்து எப்படி யெனில் மூலதனம் என்பது மனிதனின் முயற்சியால் உண்டாக்கப்படுவதனால் அது ஒரு தனிக் காரணியாகக் கருத முடியாது என்பதாகும். மேலும் கார்ல் மார்க்ஸ் போன்ற பொருளியல் வல்லுநர்கள் உற்பத்திக் காரணி உழைப்பு ஒன்று மட்டுமே என்று குறிப்பிடுகிறார்கள். நிலம் சொந்தமாகச் செயல்படத் தக்கதன்று, மனிதன் அதில் உழைக்காதவரை அது உற்பத்தித் திறனற்றுக் கிடக்கும். அது பயிர் விளைவிக்கிறதெனில் அது மனிதனின் உழைப்பே என்றும், அமைப்பு மனிதனின் உழைப்பில் ஒரு பகுதியென்றும், மூலதனம் மனிதனால் உருவாக்கிக் கொள்வதென்றும் அவர்கள் கருதுகிறார்கள். மேலே கூறிய கருத்துகளில் எல்லாம் ஓரளவு உண்மை இருந்தபோதிலும் பொருளியலில் நிலம், உழைப்பு, மூலதனம், அமைப்பு என்ற நான்கு சாதனங்களும் உற்பத்திக் காரணிகளாகக் கருதப்படுகின்றன.

பொருளியலில் நிலம் என்பது தரைப் பரப்பை மட்டும் குறிப்பிடுவதில்லை. மனிதனால் உருவாக்க முடியாத இயற்கைத் தந்துள்ள, நீர், காற்று, வெப்பம், மண், மலைகள், ஆறுகள் கனி வளங்கள் போன்ற செல்வங்களும் நிலம் என்ற பெயரில் அடங்கும் என்று பொருளியல் வல்லுநர் மார்சல் கூறுகிறார். (Marshall defines land as the materials and forces which nature gives freely for man's aid in land and water, in air light and heat) இந்த இயற்கைச் செல்வங்கள் யாவும் மனிதனின் முயற்சி இல்லாமலேயே நமக்குக் கிடைக்கின்றன என்பது குறிப்பிடத் தக்கது.

நிலம் இயற்கைத் தந்த செல்வமாதலால் மனிதனுடைய கட்டுப்பாட்டுக்குள் அடங்காது என்பது தெளிவு. நிலம் பல வகையான தரங்களைக் கொண்டது என்றும், இடம் பெயரத் தக்கதல்ல என்பதும் நடைமுறையில் உணர்ந்த உண்மைகளாகும். பொருள்களின் உற்பத்திக்கு நிலம் மிகவும் முக்கியமானதொரு காரணியாகும். மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளை நிலத்தோடு இணைத்துத்தான் பொருள்களும், பணிகளும் உருவாக்கப்படுகின்றன.

உழைப்பு (Labour)

நிலம் என்ற சொல்லைப் போன்றே உழைப்பும் பொருளியலில் மிகவும் பரந்த பொருளில் உபயோகப்படுத்தப்படுகிறது. உடலை வருத்திச் செய்யும் பணிகள் மட்டும் அல்லாமல் மனத்தாலும்,

அறிவாலும் மேற்கொள்ளப்படும் அனைத்துப் பணிகளும் உழைப்பு என்றே அழைக்கப்படுகிறது. பணத்திற்காக அல்லது பொருளுக்காகச் செய்யப்படும் எல்லா வகை வேலையும் உழைப்பு என்று பொருளியலில் கூறப்படுகிறது. (In Economics labour means all human effort of body and mind under taken for the purpose of earning income). எனவே பொருள் நோக்கமின்றி உழைக்கும் உழைப்பெல்லாம் உழைப்பாகாது. பலன் கருதாது தகப்பன் தன் மகனுக்குச் செய்யும் பணிகள் உழைப்பு ஆகாது. ஆனால், கூலிக்காக ஒரு பெண் வீட்டுப் பணிகளைக் கவனித்தால் அவளது முயற்சி உழைப்பு எனப்படும். உழைப்பு என்னும் உற்பத்திக் காரணிக்கு ஒரு சில சிறப்பு அம்சங்கள் உண்டு. உழைப்பாளியிடமிருந்து உழைப்பைத் தனியே பிரித்தெடுக்க முடியாது; உழைப்பை அளிக்கும்போது உழைப்பாளியும் உடனிருந்தாக வேண்டும். உழைப்பைச் சேமித்து வைக்க முடியாது. உழைப்பாளர்கள் யாவரும் ஒரே தகுதியுடையவர்களாக இருக்க முடியாது.

மூலதனம் (Capital)

உற்பத்திக்கு உதவியாக இருக்கும் எல்லா வகையான செல்வத்தையும் மூலப் பொருள்களையும் மூலதனம் எனலாம். உற்பத்திக்காக ஆளப்படும் செல்வப் பகுதியே முதல். உழைப்பைப் பயன்படுத்துவதற்கு வேண்டிய உணவு, உடை கருவிகள், கச்சாக் கருவிகள், பொறிகள் முதலியவை இதில் அடங்கும் என்று பொருளியல் வல்லுநர் ரிக்கார்டோ மூலதனத்திற்கு இலக்கணம் தருகிறார். உற்பத்தித் தொடர்ந்து நடைபெறுவதற்கு மிகவும் இன்றி அமையாதது மூலதனமாகும். மூலதனம் இல்லாவிடில் நிலம் பயிரை விளைவிக்காது. அங்கு உழைப்பாளிகளுக்கு ஊதியம் இல்லை. வியாபாரங்கள் தடைபெறுகின்றன. தொழிற்சாலைகள் நிறுவ முடியாது. ஆகவேதான் உற்பத்தி என்னும் சர்க்கரத்திற்கு அச்சாணியாகத் திகழ்வது மூலதனம். மூலதனத்திற்கு அடிப்படையானது சேமிப்பாகும். இதையே பொருளியல் வல்லுநரான சே. எஸ். மில் (J. S. Mill) 'எதிர்காலச் செல்வத்தை உற்பத்திச் செய்வதற்காக கடந்த கால உழைப்பினைச் சேர்த்து வைக்கப் பெற்ற உற்பத்தி' என்று கூறுகின்றார். ஆகவே, வருவாயில் சேமித்து வைக்கும் ஒரு பகுதியே முதலாகின்றது.

அமைப்பு (Organisation)

நிலம், முதல், உழைப்பு என்ற மூன்று உற்பத்திக் காரணிகளையும் ஒருங்கே திரட்டி உற்பத்திப் பணியில் ஈடுபடுத்துவதற்கு

அமைப்பு என்று பெயர். இத்தகைய பணிகளைச் செய்பவர்கள் அமைப்பாளர்கள் (Organiser) என்றும், தொழில் முயல்வோர் (Entrepreneur) என்றும் அழைக்கப்படுகின்றனர். என்ன உற்பத்தி செய்வது, எங்கே உற்பத்தி செய்வது எப்பொழுது உற்பத்தி செய்வது, எப்படி உற்பத்தி செய்வது போன்ற கேள்விகளுக்கு வழிவகுப்பது இவர்களின் முக்கியப் பணியாகும். (The work of bringing land, labour, & Capital together combining them in right proportions and organising production is called organisation). உற்பத்திக்கு உதவும் காரணிகள்.

ஒரு நாட்டின் மொத்த உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்கு ஒரு சில காரணிகள் மிகவும் உதவுகின்றன. (i) ஒரு நாட்டின் இயற்கை வளங்களைப் பொருத்து அந்த நாட்டின் உற்பத்தி நிருணயிக்கப்படுகின்றது. தட்ப வெப்பநிலை, பருவ மழை, இயற்கை வளம் ஆகியவற்றைப் பொருத்து உற்பத்தியின் அளவு மாறுகிறது.

(ii) மக்களின் வேலைத் திறனுக்கு ஏற்றபடி உற்பத்தி வேறுபடுகிறது.

(iii) உற்பத்தியின் அளவுக்கு மூலதனமும் முக்கியக் காரணமாகும். மூலதனத்தின் அளவிற்கு ஏற்ப உற்பத்தி ஏற்படுகிறது.

(iv) விஞ்ஞான வளர்ச்சி, உற்பத்திப் பெருக்குவதற்கான திட்டங்கள், பணக் கிடங்குகளின் வளர்ச்சி போன்றவைகளாலும் உற்பத்தி அளவு வளரலாம்.

(v) அரசியல் அமைப்பும் நாட்டின் உற்பத்தியளவுக்கு ஒரு காரணியாக விளங்குகின்றது.

நிலம் (Land)

விளக்கம்: நிலம் என்ற சொல் தரைப் பரப்பை மட்டும் குறிக்காமல் பொருளியல் கருத்துப்படி இயற்கைச் செல்வங்களான காற்று, நீர், வெளிச்சம் போன்றவை மனிதனால் உருவாக்க முடியாதவைகளையும் சுற்றிக் காட்டுகின்றது. நிலப்பரப்பு, இயற்கை வளங்கள் ஆகிய இரண்டுமே நிலம் எனக் கொள்ள வேண்டும்.

மனிதனுடைய வாழ்க்கைக்குத் தேவையானது நிலம். நிலத்தை முதன்மையாகக் கொண்டுதான் மனிதன் மற்ற வேலை

களைத் தொடங்குகிறான். மனிதன் நிலத்தோடு மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளைச் சேர்த்து உற்பத்தியைப் பெருக்குகிறான். நிலத்தொடு மூலதனத்தையும் உழைப்பையும் இணைத்துப் பயிர் விளைச்சல் செய்கிறான். தொழிற்சாலைகளும் நிலத்திலேயே காலூன்றப்படுகின்றன. அதன் வளர்ச்சிக்குத் தேவையான மூலப் பொருள்களும் நிலத்திலிருந்தே கிடைக்கின்றன.

போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் ஊர்ந்து செல்வதற்கும் நிலப் பரப்பே மிக முக்கியமானதொன்ருக விளங்குகின்றது. பொருளியல் வல்லுநர் மார்சல் கூறியதுபோல மனிதன் செய்கின்ற எல்லாப் பணிகளுக்கும் அடிப்படையாக அமைவது நிலமே.

நிலம் இயற்கையன்னை மனிதனுக்குத் தந்த ஒரு பரிசு. அதன் மொத்தப் பரப்பு நெகிழ்ச்சி அற்றதாக உள்ளது. தரிசு நிலத்தைச் செப்பனிட்டு விளை நிலமாக மாற்றியமைக்க முடியுமே தவிர மனிதனுல் நிலத்தின் மொத்தப் பரப்பைக் கூட்ட முடியாது.

நிலத்தின் சிறப்பியல்புகள்

நிலம் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளைப்போல அல்லாமல் பல வேறு வகைகளில் தனிச் சிறப்புப் பெற்று விளங்குகின்றது.

1. ***நிலம் இயற்கையன்னையின் பரிசு*** (Land is a gift of nature)

மனிதனின் நலனுக்காக இயற்கைத் தந்த கொடையே நிலமாகும். மனிதன் நிலத்தை வளப்படுத்தலாமேயொழிய அதனைப் படைக்க முடியாது. மனித சக்திக்கு அப்பாற்பட்டது இயற்கையின் சக்தி.

2. ***நிலத்தின் அளவு வரையறுக்கப்பட்டது*** (Land is fixed in supply)

நிலத்தின் பரப்பளவு நிலையானது. மனிதன் இயற்கை தந்த நிலப்பரப்பை வளப்படுத்தத்தான் முடியுமே தவிர நிலத்தின் மொத்த அளவைக் கூட்ட முடியாது.

3. ***நிலம் அழியத் தக்கதல்ல*** (Land is permanent)

மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளைப்போல நிலம் அழியத் தக்கதல்ல. நிலம் நிலையான ஒன்ருகும். சில சமயங்களில் இயற்கை

யின் மாறுதல்களால் நிலம் கடலாகவும், கடலின் ஒரு சிறு பகுதி நிலமாகவும் மாறலாம். ஆனல், அதுவும் இயற்கைத் தரக்கூடிய ஒன்றே. எடுத்துக்காட்டாக ஹாலந்து போன்ற நாடுகளில் கடலிலிருந்து ஓரளவு நிலப் பரப்பை மீட்டுள்ளனர்.

4. *நிலம் இடம் பெயராது* (Land is immobile)

நிலத்தை ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்கு நகர்த்த முடியாது. அது இருக்கும் இடத்திலேயே அதனைப் பயன்படுத்த வேண்டும். மற்றஉற்பத்திக் காரணிகள் விலைக்கு ஏற்றபடி ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்குப் பெயரக்கூடும். ஆனல், நிலம் அவ்வாறல்ல. விலை எவ்வளவுதான் மாறினலும் நிலம் இடம் விட்டு இடம் பெயரத் தக்கதல்ல. நிலத்திற்கு உபயோக மாற்றம் மட்டும் உண்டு. நிலத்தை ஓர் உபயோகத்திலிருந்து மற்றோர் உபயோகத்திற்கு எளிதில் மாற்றலாம்.

5. *உற்பத்தித் திறன் வேறுபடுகிறது* (Land differs in fertility)

நிலத்தின் தன்மை எல்லா இடத்திலும் ஒரே அளவாக இருப்பதில்லை. வேறுபட்டே இருக்கும். ஓரிடத்தில் நிலம் வளமுள்ள வண்டல் மண் நிறைந்த நல்ல பூமியாக இருக்கலாம். அதே சமயத்தில் மாறுபட்ட நிலமாகவும் இருக்கலாம். எனவே, நிலத்தின் தகுதி இடத்திற்கு இடம் மாறுபடும் என்பது தெளிவு.

6. *நிலத்தின் மாற்று மதிப்பு*

ஒரு நாட்டில் நிலத்தின் விலை பற்பல பகுதிகளுக்கு ஏற்ப மாறுபடுகின்றது. மிகவும் நெருக்கடியான நகர்ப்புறங்களில் அதன் விலைப் பண் மடங்குகள் அதிகமாகவும், மக்கள் நெருக்கடி இல்லாத கிராமங்களில் நிலத்தின் விலைக் குறைவாகவும் இருக்கின்றது.

குறைந்து செல் விளைவு விதி

(The Law of Diminishing Returns)

மனிதன் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளோடு நிலத்தை இணைத்துச் செயல்படுகிருன். உழைப்பு மிக மிக விளைச்சலும் அதிகமாகிறது. ஆனல், இது ஒரு குறிப்பிட்ட எல்லை வரையிலுமே இயலும். அந்த எல்லையைக் கடந்த பின்பு மேலும் மனிதன் முதலையும் உழைப்பையும் செலவிட்டாலும் விளைச்சல் உழைப்பிற்கு ஏற்ற விகிதத்தில் உயருவதில்லை. இதையே குறைந்து செல் விளைவு விதி என்று கூறுவார்கள்.

நிலம் செயலற்றக் காரணிகள் (Passive Factor)

நிலம் சொந்தமாகச் செயல்படத் தக்கதல்ல. அது ஒரு செயலற்ற காரணி. மனிதன் பிற உற்பத்திக் காரணிகளை நிலத்தோடு இணைத்துத்தான் பண்டங்களும் பணிகளும் உற்பத்தி செய்கிறுன்.

நிலத்தின் உற்பத்தித் திறன்

ஒரு நிலத்தின் உற்பத்தித் திறன் பல காரணிகளால் நிருணயிக்கப்படுகிறது. முதலாவதாக மண்ணின் வகையை ஒட்டி நிலத்தின் உற்பத்தி மாறுபடுகிறது. நல்ல வண்டல் மண் நிலத்தில் விளைச்சல் அதிகமாகவும் களிமண் நிறைந்த இடத்தில் விளைச்சல் குறைவாகவும் காணப்படும். இரண்டாவதாக நாட்டின் தட்ப வெப்ப நிலைக்கு ஏற்ப நிலத்தின் உற்பத்தி மாறுபடும். மூன்ருவதாக நிலத்தின் பூகோள அமைப்பைப் பொறுத்து விளைச்சல் வேறுபடுகின்றது. நான்காவதாக மனிதனுடைய முயற்சியின் காரணமாகவும் உற்பத்தி வேறுபடலாம். ஐந்தாவதாக ஒரு நாட்டின் போக்குவரத்து வசதி, பணக்கூடங்களின் வளர்ச்சி, இவைகளினுலும் நிலத்தின் உற்பத்தி மாறுபடுவதுண்டு.

நிலமும் முதலும்

முதல் என்பதற்குப் பொருளிலக்கணம் கூறுவதில் பலரிடையே கருத்து வேறுபாடுகள் நிலவுகின்றன. பொருளியல் வல்லுநர் காரே நிலமும் முதலே என்று கூறுவார். அவர் கருத்துப்படி நிலம் ஒரு செயலற்ற காரணி. மனிதனின் முயற்சியினுல் அதில் பயிர் விளைவிக்கப்படுகின்றது. பயிர் விளைவிக்கப்படுகிறது என்று கூறும்போது அது மனிதனின் கடந்த கால உழைப்பு. ஆகவே, நிலமும் முதலே என்கிருர்.

நிலத்தின் உற்பத்தித் திறன் மனிதனின் உழைப்பை மட்டும் சார்ந்திராமல் நிலத்தின் வளத்தையும், தட்ட வெப்ப நிலையையும் பொருத்துள்ளது. அடுத்தாற்போல் நிலம் இடம் பெயராத ஒன்று. அது நிலையானது. ஆனுல், முதல் அவ்வாறன்றி அதன் விலைக்கு ஏற்ப இடம் பெயரக் கூடியது. நிலையானதுமன்று. மேலும், நிலத்தின் பரப்பை மனிதனுல் கூட்ட முடியாது. முதலைக் கூட்டவோ, குறைக்கவோ மனிதனுல் இயலும். ஆகவே, முதல் வேறு நிலம் வேறு என்று கூறுவதே மிகவும் பொருத்தமானது.

மனிதனுல் கடந்தகால உழைப்பால் உண்டாக்கிய ஒன்று மீண்டும் உற்பத்தியில் செலவிடப்படும் போதுதான் அது முதல் ஆகிறது. மனிதனுடைய உழைப்பால் உருவாக்கப்பட்டது அல்லவே நிலம். அது இயற்கை தந்த ஒரு செல்வம். எனவே, நிலம் தவிர மற்றப் பொருள்களெல்லாம் முதல் ஆகும். இதனையே பேராசிரியர் கயக் (Heyak) தொடர்ந்து பொருளை உற்பத்திசெய்ய உதவுகிற நிலமும் உழைப்புமல்லாத ஏனைய அனைத்துமே முதல் ஆகும் என்கிருர்.

செறிந்த முறை விளைச்சலும் பரந்த முறை விளைச்சலும்

வேளாண்மைத் துறையில் இவ்விதமான இரு விளைச்சல்கள் உண்டு.

செறிந்த முறை விளைச்சல் (Intensive Cultivation)

உற்பத்தி அளவைப் பெருக்குவதற்காக ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு நிலத்தில் மிகுதியாக உழைப்பையும் மூலதனத்தையும் பயன்படுத்துவதற்குச் செறிந்த முறை விளைச்சல் என்று பெயர். இந்தியாபோன்ற மக்கள் தொகை அதிகமுள்ள நாடுகளில் தலா நிலம் (per capita land) மிகவும் குறைந்த அளவில் இருப்பதால் அந்தக் குறைந்த அளவு நிலத்தில் உயர் ரக விதைகளையும், நவீன வேளாண்மை இயந்திரங்களையும், உரங்களையும் கொண்டு உற்பத்தியைப் பெருக்க முயற்சிகள் எடுக்கப்படுகின்றன.

பரந்த முறை விளைச்சல் (Extensive Cultivation)

இந்த முறையில், சாகுபடி நிலத்தின் பரப்பை அதிகரித்து உற்பத்தியின் மொத்த அளவைப் பெருக்க முயல்வதாகும். நிலப் பரப்பு அதிகமாக இருந்தால் பரந்த முறை விளைச்சல் முறைப்படிதான் உற்பத்தியைப் பெருக்கவேண்டும் என்ற ஒரு நிபந்தனை கிடையாது. ஒரே நாட்டில் இந்த இரு முறை விளைச்சலையும் கையாண்டு உற்பத்தியைப் பெருக்கலாம்.

விளைவு விதிகள் அல்லது உற்பத்தி விதிகள்

(Laws of Returns or Laws of Production)

மனிதன் உயிர் வாழ்வதற்கு இன்றியமையாதது நீர், காற்று, உணவு, உடை. இவைகளில் நீர், காற்றுப் போன்றவை

களை இயற்கையன்னையிடமிருந்து பெற்றுக் கொள்கிறான். ஆனால், உணவும் உடையும் மனிதன் தனது சொந்த முயற்சியினால் உழைத்துப் பெறுகிறான். உற்பத்திக்குத் தேவையான சாதனங்களாகிய நிலம், உழைப்பு, மூலதனம், அமைப்புப் போன்றவைகளைத் தகுந்த விகிதத்தில் 'இட்டு' பண்டங்களையும் பணிகளையும் உற்பத்தி செய்து கொள்கிறான். மனிதனின் தேவை (wants) வரையறுக்கப்பட முடியாத ஒன்று. மனிதன் அந்தத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய நினைக்கிறான். அதற்காக உற்பத்திக் காரணிகளை மேலும் மேலும் இணைத்து உற்பத்தியைப் பெருக்க முயல்கிறான். அவ்வாறு உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவை அதிகரிப்பதனால் உற்பத்தியின் இறுதிநிலையில் தோன்றும் மாறுதல்களை உற்பத்தி விதிகள் விளக்குகின்றன. உற்பத்தி விதிகளுக்கு விளைவு விதிகள் என்ற மறுபெயரும் உண்டு.

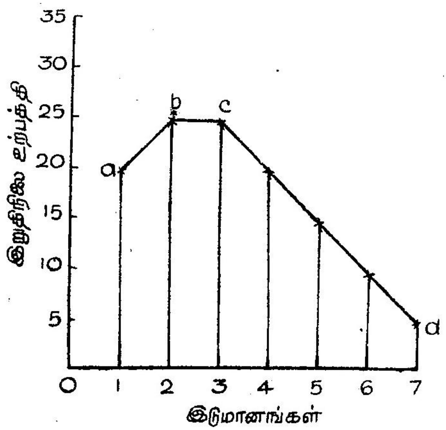
பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு நான்கு உற்பத்திக் காரணிகளும் அவசியம் என்று கூறினோம். காரணிகளில் ஏதாவது ஒரு காரணியை நிலையாக வைத்துக்கொண்டு மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவைக் கூட்டினால் மூன்று விதமான விளைவுகள் ஏற்படலாம்: (1) மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவைக் கூட்டியதைவிட மொத்த விளைவு அதிக வீதத்தில் அதிகரித்தால் அதை வளர்ந்துசெல் விளைவு விதி (Increasing returns) எனக் கூறலாம்; (2) மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவைக் கூட்டிய அதே வீதத்தில் மொத்த விளைவின் வீதமும் கூடினால் அதற்கு மாருத விளைவு விதி (Constant returns) என்றும்; (3) மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவைக் கூட்டியதைவிடக் குறைந்த அளவில் மொத்த விளைச்சலின் விளைவு வீதம் கூடினால் அதைக் குறைந்துசெல் விளைவு விதி (Diminishing returns) எனவும் கூறலாம்.

எடுத்துக்காட்டு: இந்த மூன்று விதிகளையும் ஓர் எடுத்துக்காட்டின் மூலம் நாம் தெளிவாக அறிந்து கொள்ளலாம். ஒருவரிடம் ஐந்து ஏக்கர் நிலம் இருப்பதாக வைத்துக் கொள்வோம். இந்த ஐந்து ஏக்கர் நிலத்துடன் அவர் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளை ஒவ்வொன்றாகக் கூட்டுகிறார் என்று வைத்துக் கொள்வோம். அவரது இடுமானங்களுக்கு (dose) ஏற்ப எவ்வாறு விளைச்சலில் மாறுபாடு ஏற்படுகின்றது என்பதை அடுத்த பக்கத்தில் தரப்பட்டுள்ள அட்டவணையும் வரைபடமும் விளக்குகின்றன.

வரைபடத்தில் OY அச்சு இறுதிநிலை விளைச்சலைக் குறிக்கின்றது. OX அச்சு இடுமானங்களைக் குறிக்கிறது. இந்த வரை

படத்தில் abcd என்ற வளைவுக்கோடு இறுதிநிலை விளைச்சல் அல்லது உற்பத்தியைக் குறிக்கும். இக்கோடு a-யிலிருந்து b வரை வளர்ந்து சென்று பிறகு 'b'-யிலிருந்து 'c' என்ற புள்ளி

நிலத்தின் அளவு (ஏக்கரில்)	இடுமானம் அலகுகள்	மொத்த உற்பத்தி (நெல் மூட்டைகள்)	சராசரி உற்பத்தி (நெல் மூட்டைகள்)	இறுதிநிலை உற்பத்தி (நெல் மூட்டைகள்)
5	1	20	20	20
5	2	45	22·5	25
5	3	70	23·3	25
5	4	90	22·5	20
5	5	105	21	15
5	6	115	19	10
5	7	120	17	5



படம் 24

வரை நிலையாக அல்லது மாறாமலிருந்து பின் 'c'-யிலிருந்து 'd' வரை குறைந்து செல்கிறது. ஆகவே abcd என்ற வளைகோட்

டில் ab என்ற பகுதி வளர்ந்துசெல் இறுதிநிலை விளைச்சலையும், bc என்ற பகுதி மாருத இறுதிநிலை விளைச்சலையும், cd என்ற பகுதி குறைந்துசெல் இறுதிநிலை விளைச்சலையும் நமக்குக் குறிப்பிட்டுக் காட்டுகின்றது.

மேற்கண்ட வரைபடத்தின் மூலம் சராசரி விளைவுக்கும் இறுதிநிலை விளைவுக்கும் உள்ள தொடர்பை நாம் எளிதில் அறியலாம். (1) சராசரி உற்பத்தி வளர்ந்து கொண்டே வரும்பொழுது இறுதிநிலை உற்பத்தியும் சராசரி உற்பத்தியைக் காட்டிலும் அதிகமாக வளர்ந்து கொண்டே வரும். (2) சராசரி உற்பத்தி குறையத் தொடங்கும்பொழுது இறுதிநிலை உற்பத்தியும் சராசரி உற்பத்தியின் அளவைவிட மிகுதியாகக் குறைகின்றது. (3) சராசரி உற்பத்தியும் இறுதிநிலை உற்பத்தியும் ஒன்றுக்கு ஒன்று நெருக்கமாக இருக்குங் காலங்களில் மாருவிளைவு விதி செயல்படுகின்றது. (4) இறுதிநிலை விளைச்சல் உச்சநிலையில் இருக்கும்பொழுது அந்த விளைச்சலுக்காகச் சேர்க்கப்படும் இடுமானங்களின் செலவு மிகவும் குறைந்ததாகும்.

மேற்கண்ட அட்டவணையை எடுத்துக் கொள்வோமாளுல் சராசரி உற்பத்தி வளர ஆரம்பமாகும்பொழுது இறுதிநிலை உற்பத்தியும் வளர ஆரம்பிக்கின்றது. ஆனல், சராசரி உற்பத்தி வளர்ந்து கொண்டு வரும்பொழுதே இறுதிநிலை உற்பத்தி மாருநிலையை அடைந்து, பின்பு சராசரி உற்பத்தி குறையும் செயலைக் கடைப்பிடிக்கும் பொழுது அதைவிட மிகவும் விரைவில் இறுதிநிலை உற்பத்தி குறைகிறது. மொத்த உற்பத்தி இடுமானங்களுக்கு ஏற்றபடி உயர்ந்து சென்ருலும், குறைந்து செல்லும் வீதத்தில் உயருகிறது.

குறைந்து செல் விளைவு விதி
(Law of Diminishing Returns)

விளக்கம் : நிலம் என்பது இயற்கை தந்த ஒரு பரிசு. அது நிலையானது. அதன் நிலப்பரப்பு வரையறுக்கப்பட்டது என நாம் அறிவோம். இக் கருத்தினைக் கொண்ட நிலத்தில் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளை மேலும்மேலும் இணைத்துப் பயிர் சாகுபடி செய்யும்பொழுது மொத்த விளைச்சல் அதிகரிக்கும். ஆனல், அந்த அதிகரிப்பு ஒரு நிலைக்குப்பின் குறைவான வீதத்திலேயே கிடைக்கும் என்று பல பொருளியல் ஆசிரியர்கள் தெளிவாகக் கூறியிருக்கிருர்கள்.

சிறிது தெளிவாகக் கூறவேண்டுமானுல் உற்பத்திக் காரணிகளை மேலும் மேலும் பயன்படுத்தும்பொழுது மொத்த விளைச்சல் அதிகரிக்கும். அக் காரணிகளின் இறுதிநிலை விளைவு ஒரு குறிப்பிட்ட எல்லைவரை வளர்ந்து சென்று பின்னர்க் குறைந்து செல்லும் என்று கூறலாம்.

இவ் விதியைப் பொருளியல் வல்லுநர் ஆல்ஃபிரட் மார்ஷல், 'வேளாண்மை முறையில் வளர்ச்சி இல்லாதபோது, குறிப்பிட்ட நிலத்தின் உற்பத்திக்காகப் பயன்படுத்தப்படும் உழைப்பு, மூலதனம் அதிகரிப்பு விகிதத்தைவிட உற்பத்தியின் அதிகரிப்புக் குறைந்த அளவாகவே இருக்கும்' எனக்கூறுகிருர். ('An increase in capital and labour applied in the cultivation of land causes in general less than proportionate increase in the amount of produce raised unless it happens to coincide with an improvement in the arts of agriculture' —Alfred Marshall.)

பென்காம் என்னும் பொருளியல் வல்லுநர், 'ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் சேர்மானத்தில் குறிப்பிட்ட காரணிகளின் வீதத்தை மிகுதிப்படுத்திஞல் ஒரு நிலைக்குப்பின் அக் காரணிகளின் இறுதிநிலை உற்பத்தியும், சராசரி உற்பத்தியும் குறைந்து செல்லும்' என்று கூறுகிருர்.

ஆகவே, ஒரு குறிப்பிட்ட நிலத்தில் உழைப்பு மூலதனம் போன்ற உற்பத்திக் காரணிகளை ஒரு குறிப்பிட்ட விகிதத்தில் பயன்படுத்தும்பொழுது நல்ல விளைச்சலைத் தருகிறது. மேலும் மேலும் உழைப்பு, மூலதனத்தை அதே வீதத்தில் அதிகப்படுத்திஞல், உழைப்பு, மூலதனம் முதலியவற்றை அதிகப்படுத்தி விளைவு சிறிது சிறிதாகக் குறைந்துகொண்டே செல்கிறது.

எடுகோள்கள்

(1) ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் அளவு நிலையானதாக இருக்கவேண்டும்.

(2) விவசாய உற்பத்தி முறையில் எந்தவிதமான மாறுதலும் இருக்கக் கூடாது. எவ்விதமான விவசாய முறையைக் கையாளுகிருமே அதே முறையைத்தான் உழைப்பு, மூலதனம் போன்றவற்றை மாற்றி அமைக்கும்போதும் கையாள வேண்டும்.

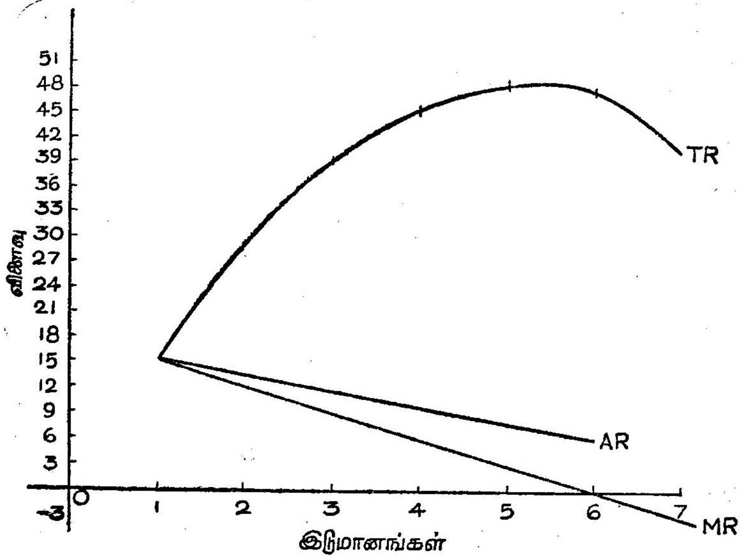
(3) விவசாயத்தில் ஈடுபடுத்தப்படுகின்ற எல்லாக் காரணிகளும் சம மதிப்புள்ளதாக இருக்க வேண்டும். முதலில் ஈடுபடுத்திய காரணிகளைவிட பின்னல் உபயோகப்படுத்துகிற காரணிகள் உயர்ந்ததாகவோ அல்லது தாழ்ந்ததாகவோ இருக்கக் கூடாது.

மேற்கூறிய எடுகோள்களைப் பின்பற்றி ஓர் எடுத்துக்காட்டின் மூலம் குறைந்துசெல் விளைவு விதியை விளக்கலாம். ஓர் ஏக்கர் நிலம் வைத்துள்ள ஓர் உழவனை நாம் எடுத்துக் கொள்வோம். ஓர் ஏக்கர் நிலத்தில் ஓர் அலகு இடுமானத்தைப் பயன்படுத்தும்பொழுது அவனுக்கு 15 மூட்டை நெல் விளைகிறது. பின்னர் மேலும் சம விகிதமுள்ள 1 அலகு இடுமானத்தைப் பயன்படுத்தும் பொழுது அவனுக்கு 12 மூட்டை நெல்தான் கிடைக்கிறது. மேலும் 1 அலகு இடுமானத்தைப் பயன்படுத்தும் சமயத்தில் அவனுக்குக் கிடைக்கும் நெல் மூட்டைகள் 9 ஆகக் குறைகிறது. இவ்வாருக மேலும் மேலும் இடுமானத்தை அதிகரிக்கும்பொழுது அதனல் உண்டாக்கப்படு

நிலம் (ஏக்கரில்)	இடுமானம் அலகுகள்	மொத்த விளைவு (நெல் மூட்டைகள்)	சராசரி விளைவு (நெல் மூட்டைகள்)	இறுதி நிலை விளைவு (நெல் மூட்டைகள்)
1	1	15	15	15
1	2	27	13	12
1	3	36	12	9
1	4	42	10	6
1	5	45	9	3
1	6	45	7	0
1	7	42	6	−3

கின்ற உற்பத்தி குறைந்து கொண்டே சென்று பூஜ்ய நிலையை அடைந்து அதற்கு எதிராகவும் செல்லத் தொடங்குகிறது. இதனை மேலேயுள்ள அட்டவணையிலும் வரைபடத்திலும் தெளிவாகக் காணலாம்.

கீழே வரையப்பட்ட வரைபடத்தில் OX அச்சு இடுமானங்களின் அலகுகளைக் குறிக்கின்றன. OY என்ற அச்சு விளைச்சலைக் காட்டுகின்றன. வரைபடத்தில் TR என்ற



படம் 25.

கோடு மொத்த விளைவைக் காட்டும். AR என்பது சராசரி விளைச்சலைக் குறிக்கும். MR என்ற கோடு இறுதிநிலை விளைச்சலைக் குறிக்கும்.

இடுமானங்களின் அலகு 1 ஆக இருக்கும்பொழுது மொத்த விளைவுக்கோடு, சராசரி விளைவுக்கோடு, இறுதிநிலை விளைவுக் கோடு ஆகிய மூன்றும் ஓர் அளவு உற்பத்தியைக் (15 மூட்டை நெல்) காட்டுகின்றன. ஆனால், இடுமானங்கள் அலகுகளை அதிகரிக்கும்பொழுது மொத்த விளைவுக்கோடு குறைந்த வேகத்தில் அதிகரித்துக் கொண்டே சென்று பிறகு குறையத் தொடங்கிவிடுகிறது. சராசரி விளைவுக்கோடு கீழ் நோக்கிச் செல்லுகிறது. இறுதிநிலை விளைவுக்கோடு கீழ்நோக்கி வேகமாகச் சரிகிறது. இறுதிநிலை விளைவுக்கோடு பூஜ்யம் என்ற இடத்தைத் தொடும்பொழுது மொத்த விளைவுக்கோடு விளைச்சலின் உச்சக் கட்டத்தில் நிற்கிறது. இறுதிநிலை விளைவுக் கோடு பூஜ்யத்தை விட்டு மேலும் கீழ்நோக்கிச் சரியும்பொழுதுதான் மொத்த விளைவுக்கோடு கீழ்நோக்கி நகரத் தொடங்குகின்றது.

இந்த அட்டவணையின் மூலமாகவும் வரைபடம் மூலமாக வும் நாம் அறிந்து கொள்ளும் முக்கியக் கருத்துகள் கீழ்க்கண்ட வைகளாகும்:

(1) மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் இடுமானங்களை அதிகரித்துக் கொண்டே போனாலும் நிலத்தின் அளவு நிலை யானதாக இருக்கிறது. (1 ஏக்கர்)

(2) மொத்த விளைச்சல், இடுமானங்களின் அளவை அதிகரிக்க அதிகரிக்க, குறைந்த வேகத்தில் அதிகரித்துக் கொண்டு செல்கிறது.

(3) இடுமானங்களின் அளவை அதிகரிப்பதினால் சராசரி விளைவும், இறுதிநிலை விளைவும் குறைந்துகொண்டே செல் கிறது. ஆனால், இறுதிநிலை விளைவு சராசரி விளைவைவிட மிக வேகமாகக் குறைகிறது.

(4) இறுதிநிலை விளைவுக்கோடு இடுமானங்களின் அளவு அதிகரிப்பதனால் பூஜ்ய நிலையில் இருக்கும்பொழுது மொத்த நிலை விளைவுக்கோடு உற்பத்தியின் உச்சநிலையை அடைந்து இருக்கிறது.

குறைந்துசெல் விளைவு விதியும் வேளாண்மையும்

வேளாண்மைத் துறையில் குறைந்துசெல் விளைவு விதி பங்கு கொள்வதற்குப் பல காரணங்கள் உள்ளன:

(1) நிலத்தை மேலும் மேலும் பயிர் செய்வதால் அத னுடைய இயற்கை வளம் குறைந்து, உற்பத்தி குறைந்து கொண்டே செல்கிறது.

(2) விவசாயத் தொழிலில் புதிய புதிய இயந்திரங்களைக் கொண்டு வேளாண்மையைச் செய்யமுடியாது. ஆகவே, உற்பத்தி பெருகுவதற்கான வழி குறைந்து காணப்படுகிறது.

(3) இயற்கையின் மாறுதல்களால் உற்பத்திப் பாதிக்கப் படுகின்றது. தண்ணீர்ப் பற்றுக்குறை, பருவமழையின் மாற்றம், வெள்ளப்பெருக்கு இவைகளினால் வேளாண்மை குறைகிறது.

(4) மனிதன் பொருளாதார வளர்ச்சியில் மிகவும் பின் தங்கி இருப்பதால், விவசாயத்தில் திறமையான நிர்வாகம் செய்ய அவனால் முடியாமல் போய்விடுகிறது.

(5) நிலத்தின் பரப்பு நிலையானது. மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளை அதிகரித்து நிலத்துடன் பிணைப்பதால் நிலத்தின் உற்பத்திச் சக்தி விரைவில் தொய்ந்து போகிறது. ஆகவே, இறுதிநிலை விளைச்சல் குறைந்து கொண்டே செல்கிறது.

வரையறைகள்

(1) விவசாயத் துறையில், நவீன இயந்திரங்கள் புதிய புதிய செயற்கை உரங்கள், பூச்சிகொல்லிகள் போன்ற சாதனங்களை உபயோகப்படுத்துவதன் மூலம் உற்பத்தி உயர்ந்து செல்லக்கூடும்.

(2) உழைப்பு, மூலதனம் போன்ற இடுமானங்களின் (doses) அலகுகள் அதிகரிப்பதற்கு ஏற்றபடி நிலத்தின் விகிதத்தையும் அதிகரித்துக் கொண்டோமானால் உற்பத்தி அதிகமாகுமேயொழிய குறையாது.

(3) வேளாண்மைக்கு மிகவும் தேவையானது இயற்கை ஒன்றேயாகும். மனிதனின் முயற்சியோடு, பருவ காலத்தில் மழை, விவசாயத்திற்கேற்ற தட்பவெப்ப நிலை, போன்ற இயற்கைச் சக்திகள் ஒன்று சேருமானால் உற்பத்திப் பெருகும்.

தொழில் நிறுவனங்களும் குறைந்துசெல் விளைவு விதியும்

குறைந்து செல் விளைவு விதி வேளாண்மைத் தொழிலுக்கு மட்டுமன்றி மற்றத் தொழில் நிறுவனங்களுக்கும் பொருந்தும். தொழில் நிறுவனங்களில் இயந்திரத் தொகுதியை உற்பத்திக்கு ஏற்றபடி அதிகரித்துக் கொண்டு செல்வது கிடையாது. ஆகவே, அது ஒரு மாரு உற்பத்திக் காரணியாகும். ஆனல், கச்சாப் பொருள்களும், உழைப்பாளிகளின் எண்ணிக்கையும் மாறுங் காரணிகளாகும். மாருக் காரணியுடன் மாறுங் காரணிகளைப் பிணைத்துக் கொண்டே செல்லும்பொழுது ஒரு நிலைக்குப் பின் அதன் உற்பத்தி குறைந்து செல்கிறது. இதனை ஓர் உதாரணத்தின் உதவிகொண்டு அறியலாம்.

தையல் தொழில் நிறுவனத்தை நாம் உதாரணமாக எடுத்துக் கொள்வோம். இங்கு மிக உயர்ந்த அளவுப் பேருக்கு வேலை வாய்ப்பு உண்டு என்றும் வைத்துக் கொள்வோம். இப்பொழுது ஒரே ஒரு தொழிலாளி மட்டும் அந்த நிறுவனத்தில் வேலை செய்வானேயானல் அங்கு உற்பத்தி மிகவும் குறைந்தே காணப்படும். ஏனெனில், அவன் ஒருவனே துணிகளை அளவிற்கேற்ப வெட்டவேண்டும், பிறகு தைக்க வேண்டும். பித்தானையும் அவனே அதில் வைக்கவேண்டும். இங்கே மூன்று பேர்களுடைய வேலையை அவன் ஒருவனே செய்து வருவதால் வேலைகள் துரித

மாக நடைபெற முடியாது. இப்பொழுது மற்ளுருவன் அவ ஞேடு அந்த நிறுவனத்தில் வேலைக்குச் சேர்ந்ததாக வைத்துக் கொள்வோம். இப்பொழுது இருவரும் சேர்ந்து வேலையைச் சுலபமாகவும் துரிதமாகவும் செய்ய முடியும். மேலும், அவர் களுடைய சராசரி உற்பத்தியும், இறுதிநிலை உற்பத்தியும் கூடிக் குறைந்து செல்லுகின்றன என்று நன்கு புலப்படுகின்றது. இதனையே ச்டுனியரும் கேகும் (Stonier & Hague) 'தொழில் வளர்ச்சியில் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு யாதொரு மாறுதலும் இல்லாதிருக்கும்பொழுது மாறுகின்ற உற்பத்திக் காரணியின் அளவைக் கூட்டிஞல் அதிகரிக்கின்ற உற்பத்தியின் அளவு அதனைவிடக் குறைந்த விகிதத்திலேயே இருக்கும்' என்று கூறு கிருர்கள்.

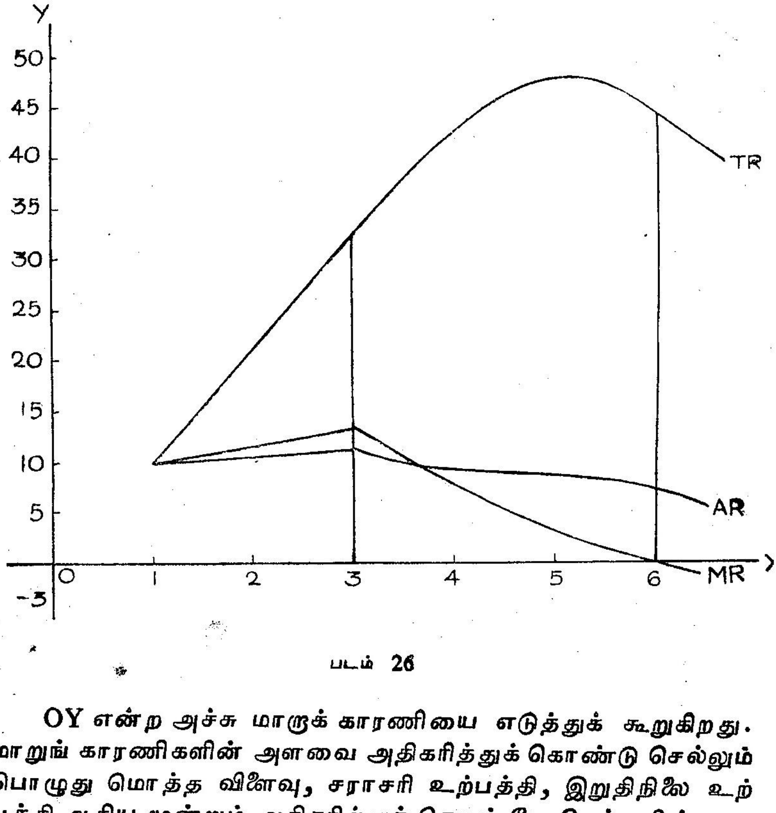
பொதுவான விளக்கம்

குறைந்துசெல் விளைவு விதி நிலம் என்ற ஓர் உற்பத்திக் காரணிக்கு மட்டும் பொருத்தமானது என்று சொல்ல முடியாது. இந்த விதி மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளுக்கும் பொருந்தும். உற்பத்திக் காரணிகளில் ஏதாவது ஒன்றை மாருக் காரணியாக வைத்துக் கொண்டு மற்றக் காரணிகளின் இடுமானங்களின்

மாரு உற் பத்திக் காரணி	மாற்றப் படும் உற் பத்திக் காரணி கள்	மொத்த உற்பத்தி	சராசரி உற்பத்தி	இறுதிநிலை உற்பத்தி
X	1	10	10	10
X	2	21	10·5	11
X	3	33	11	12
X	4	41	10	8
X	5	46	9	5
X	6	45	8	1

அலகுகளை மாற்றி மாருக் காரணியுடன் பிணைத்து வந்தோ மாஞல் உற்பத்தி ஆரம்பக் கட்டத்தில் அதிகரித்துப் பின்னர் ஒரு நிலைக்குப்பின் குறையத் தொடங்கிவிடும். இதை மேலே தரப்பட்டுள்ள அட்டவணையின் மூலமாகவும், அடுத்த பக்கத்தி லுள்ள வரைபடத்தின் உதவியாலும் அறியலாம்.

மேலே வரைந்துள்ள அட்டவணையின்படி கீழே வரைந்துள்ள வரைபடத்தில் OX அச்சு மாறும் காரணிகளின் இடுமானங்களைக் குறிக்கின்றது.



படம் 26

OY என்ற அச்சு மாறாக் காரணியை எடுத்துக் கூறுகிறது. மாறும் காரணிகளின் அளவை அதிகரித்துக் கொண்டு செல்லும் பொழுது மொத்த விளைவு, சராசரி உற்பத்தி, இறுதிநிலை உற்பத்தி ஆகிய மூன்றும் அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லுகின்றன. வரைபடத்தில் OP வரை இம் மூன்றும் வளர்ந்து செல்லுகின்றன. மாறும் காரணிகளின் அளவை P_1, P_2 க்கு அதிகரிக்கும் போது மொத்த உற்பத்தி மட்டும்தான் அதிகரிக்கிறது. இங்கு மொத்த உற்பத்தி குறைந்த வேகத்திலேயே அதிகரிக்கிறது என்பது குறிப்பிடத்தக்கது.

இந் நிலையில் சராசரி உற்பத்தியும் இறுதிநிலை உற்பத்தியும் குறைந்து செல்லுகின்றன. OP_2 அளவுக்கு மேலும் மாறும் காரணிகளின் அளவை அதிகரித்தால் மொத்த உற்பத்தி இறுதிநிலை உற்பத்தி முதலியவை குறையத் தொடங்கிவிடும்.

கருத்திற்காக

(1) இங்கே உற்பத்திக் காரணிகளில் ஏதாவது ஒன்றை மாருக் காரணியாக வைத்துக்கொள்ளலாம்.

(2) நிலத்தை மாருக் காரணியாக வைத்துக் கொள்ளும் போது இடுமானங்கள் அதிகரிக்க அதிகரிக்க மொத்த உற்பத்தி குறைந்துசெல் வேகத்தில் அதிகரித்தது. ஆனுல், ஏதாவது ஓர் உற்பத்திக் காரணியை மாருக் காரணியாக நாம் எடுத்துக் கொள்ளும்போது மொத்த உற்பத்தி ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதி வரை வளர்ந்து செல் வேகத்தில் அதிகரித்துப் பின்பு ஒரு குறிப் பிட்ட பகுதி வரை குறைந்துசெல் வேகத்தில் அதிகரித்துப் பின்பு சரிகிறது.

(3) சராசரி உற்பத்தியும், இறுதிநிலே உற்பத்தியும் ஒரு நிலேவரை அதிகரித்துப் பின்புதான் குறையத் தொடங்கு கின்றன.

(4) மொத்த உற்பத்தி வளர்ந்துசெல் வேகத்தில் அதி கரித்து முடியும் எல்லேக்கோடு வரை சராசரி உற்பத்தியும், இறுதிநிலே உற்பத்தியும் அதிகரிக்கும் என்பது இங்கே குறிப் பிடத்தக்கது.

குறைந்துசெல் விளேவு விதியின் குறைகள்

(1) 'வேளாண்மைத் துறையில் வளர்ச்சி இல்லாதபோது.' என்று இந்த விதி ஆரம்பிக்கிறது. இந்த எடுகோள் பொருத்த மானது அன்று. இந்த எடுகோளின்படி வேளாண்மைத் துறை யில் முன்னேற்றம் இருந்தால் உற்பத்தி அதிகரிக்கலாம்.

(2) இந்த விதி மாறுங்காரணிகளின் விகித அளவுகளே மட்டுமே எடுத்துக் கொண்டதே தவிர, பொருள்களின் மதிப்பு, அவைகளின் விலே போன்றவைகளே எடுத்துக் கொள்ளவில்லே.

(3) ஆரம்பக் காலத்தில் நிலத்தின் உற்பத்தி வளர்ந்து செல் விகிதத்திலேயே அமையும். ஏனெனில், புதிய நிலங்களில் இயற்கை வளம் நிறைந்து காணப்படும். ஒரு குறிப்பிட்ட நிலேக்குப் பின்தான் இந்த விதி செயல்படத் தொடங்கும்.

வளர்ந்துசெல் விளேவு விதி

(Law of Increasing Returns)

உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்காகப் பயன்படுத்தப்படும் இடுமானங்களின் விகித அதிகரிப்பைக் காட்டிலும் விளேவின் விகித அதிகரிப்பு அதிகமான நிலேயில் இருந்தால் அதற்கு வளர்ந்துசெல் விளேவு விதி என்று பெயரிடுகிறேம். இந்த விதி

ஆலைத் தொழில்களுக்கு மிகவும் பொருந்தும். ஒரு தொழிலில் உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்காக மூலதனத்தையும் உழைப்பையும் ஒரு குறிப்பிட்ட விகிதத்தில் அதிகரித்தால் எந்த விகிதத்தில் இந்த இடுமானங்கள் அதிகரிக்கப்பட்டதோ அதை விட உற்பத்தியின் (Returns) அளவு அதிகமாகவே இருக்கும். ஆனல், இது ஒரு குறிப்பிட்ட நிலை வரையில்தான் என்று கொள்ள வேண்டும். ஒரு தொழிலில் இடப்படும் மூலதனத்தை விட விளைவு அதிகமாக இருக்குமேயானல் அத்தொழில் வளர்ந்து செல் விளைவு விதியின்கீழ்ச் செயல்படுகிறது என்று கொள்ள வேண்டும்.

தொழிலில் முன்னேற்றம் அடைந்து விளைவு பெருகும்போது உற்பத்திச் செலவு குறைகிறது என்னும் தத்துவத்தைப் பேரளவு உற்பத்தியில் நாம் படித்து இருக்கிறேம். பேரளவு உற்பத்திக்காக நவீன இயந்திரங்களைப் பயன்படுத்துகின்றனர். வேலை முறைகளை ஒழுங்குபடுத்துகின்றனர். இடுமானங்களை மேலும் மேலும் பயன்படுத்துகின்றனர். அதாவது உழைப்பையும் முதலையும் அதிகரிக்கின்றனர். எனவே, உற்பத்திச் சாதனங்களின் செலவைவிட உற்பத்தி அதிகமாகிறது. ஆகவே, இவ் விதி ஆலைத் தொழிலுக்கு மிகவும் பொருந்தும். ஏனெனில்,

(1) உற்பத்திக் காரணிகளைக் கட்டுப்பாடு இல்லாமலும் தொடர்ச்சியாகவும் தொழிலில் ஈடுபடுத்த முடிகிறது.

(2) நவீன இயந்திரச் சாதனங்களையும், புதிய உற்பத்தி முறைகளையும் தொழிலில் பயன்படுத்த வாய்ப்புகள் இருப்பதால் ஆலைத் தொழிலில் இவ் விதி செயல்படும்.

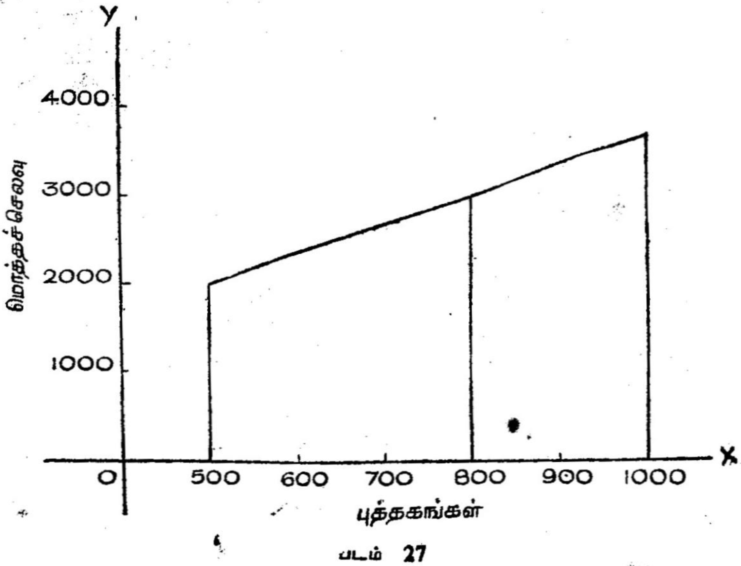
(3) பொருள்களை அதிகமாக உற்பத்தி செய்வதால் அப் பொருள்களின் உற்பத்திச் செலவு குறையும். இந்த நன்மையைப் பெறுவதற்காகத் தொழில் நிறுவனங்கள் உற்பத்திக் காரணிகளை அதிகரித்துப் பொருள்களின் உற்பத்தியைப் பெருக்குகிருர்கள்.

(4) தொழில் நிறுவனங்களின் உற்பத்தி, நிலத்தின் விளைவைப் போன்றி, இயற்கையின் மாறுதல்களினுல் பாதிக்கப் படுவதில்லை.

உயர்ந்துசெல் விளைவு விதியை ஓர் உதாரணம் கொண்டு நாம் விளக்கலாம். ஒரு புத்தகம் தயாரிக்கும் நிலையத்தை எடுத்துக் கொள்வோம். அந்த நிலையம் 500 புத்தகங்களை அச்சிட ரூ. 2000 செலவு செய்வதாக வைத்துக் கொள்வோம். மேலும், அது 300 புத்தகங்களை அச்சிடுவதற்கு ரூ. 1000 செலவு செய்ய வேண்டியதிருக்கலாம். ஆக 500 புத்தகம் உற்பத்தி

செய்யச் (அச்சிட) செலவான ரூ. 2000 ; மொத்தம் 800 புத்தகங்கள் அச்சிடச் செலவு ரூ. 3000. புத்தகங்கள் அதிகமாக அச்சிடுவதால் அதன் சராசரி விலை குறைந்து கொண்டே வருகிறது. மேலும் 200 புத்தகங்களை அச்சிடுவதாகக் கொண்டோமானுல் அதன் உற்பத்திச் செலவு இன்னும் குறையக் கூடும். ரூ. 200 செலவுத் தொகை எனக் கொள்வோம். இப்பொழுது மொத்தப் புத்தகங்கள் அச்சுச் செய்தது 1000 அதன் மொத்தச் செலவு ரூ. 3200. உற்பத்தி அதிகரிக்க அதிகரிக்க அதன் உற்பத்திச் செலவு குறைகிறது.

சராசரி உற்பத்தி விலை உற்பத்தி வளர்ந்து வரவரக் குறைந்து கொண்டே செல்கிறது. மேலே கூறிய உதாரணத்தில் 500 புத்தகங்கள் ரூ. 2000 செலவு செய்து அச்சுச் செய்யும் போது சராசரி செலவு ரூ. 4 ஆனுல், 800 புத்தகங்கள் அச்சுச் செய்யும்போது மொத்தச் செலவு ரூ. 3000. ஆகவே, சராசரி செலவு ரூ. 3·75 ஆகக் குறைகிறது. ஆகவே, உயர்ந்து செல் விளைவு விதியைக் 'குறைந்துசெல் செலவு விதி' (Law of Decreasing cost) என்றும் கூறலாம். உயர்ந்துசெல் விளைவு விதி ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவில் மட்டுமே இயங்கக்கூடும். ஒரு



படம் 27

குறிப்பிட்ட நிலைக்குப்பின் இடுமானங்களின் விகிதத்தைவிட உற்பத்தியின் விகிதம் குறைய ஆரம்பிக்கும். மேலே கூறிய உதாரணத்தை வரைபடம் மூலமாகவும் விளக்கலாம்.

வரைபடத்தில் OY என்ற அச்சு மொத்த உற்பத்திச் செலவையும், OX என்ற அச்சு மொத்தப் புத்தக வெளியீட்டையும் குறிக்கின்றன. இவ் வரைபடம் மேலே கூறிய கருத்தினையே விளக்குகின்றது. உற்பத்தி வளர்ந்து செல்லும்போது அதன் சராசரி செலவு ஒரு குறிப்பிட்ட நிலை வரையிலும் குறைந்து கொண்டே வரும்.

குறிப்பிட்ட எல்லையைத் தாண்டும்போது உற்பத்தி குறையும். செலவு அதிகமாகும். இந்த எல்லை வரையிலும் உயர்ந்து செல் விளைவு விதி செயல்படுகிறது. மேலும், உற்பத்திக் காரணிகளைக் கூட்டினால் குறைந்துசெல் விளைவு விதி செயல்படத் தொடங்கிவிடும்.

உற்பத்தியின் அளவு பெருகும்போது சராசரி உற்பத்திச் செலவு குறைகிறது. இதனால் சில சிக்கனங்கள் இயற்கையாகவே தோன்றுகின்றன. இவற்றை 'அகச் சிக்கனங்கள் (Internal Economics), புறச் சிக்கனங்கள் (External Economics) என்று இருவகைகளாகப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் பிரித்துக் கூறியுள்ளனர்.

உற்பத்தியின் அளவு பெருகும்போது

(1) வேலைப் பகுப்புக்கு (Division of Labour) வசதி ஏற்படுகிறது.

(2) கச்சாப் பொருள்களை அதிகமாகக் கொள்வினை செய்வதால் விலையில் கழிவு (Trade discount) கிடைக்கும் கச்சாப் பொருள்களையும் விலை மலிவாகப் பெறமுடியும்.

(3) ஒரு நிறுவனத்தின் உற்பத்தி அளவு பெருகும்போது அதை ஒரு பெரிய நிறுவனமாகவே கருதுகிறோம். பொதுவாகப் பெரிய நிறுவனங்கள் போதுமான நிதி வசதியைக் குறைந்த வட்டி வீதத்தில் எளிதாகப் பெறமுடிகின்றது.

(4) திறமை மிக்க தொழிலாளர்களும் தேர்ச்சி பெற்ற நிபுணர்களும் நியமிக்கப்படுகிறார்கள். ஆகவே, இன்னும் உற்பத்தி அளவு அதிகரிக்க வசதி ஏற்படுகிறது. இவை யாவும் அகச் சிக்கனங்களாகும்.

நிறுவனங்கள் ஓர் இடத்தில் அதிகமாகத் தோன்றுவதால் புறச் சிக்கனங்கள் ஏற்படுகின்றன. ஓர் இடத்தில் பல தொழில் நிறுவனங்கள் அமைவதால் துணைத் தொழில்களும் அவ்விடத்

தில் தோன்றுகின்றன. இத் துணைத் தொழில்கள் அவ்விடத்தில் உள்ள முக்கியமான தொழில் நிறுவனங்களுக்குக் கச்சாப் பொருள்கள், இயந்திரங்கள் போன்றவைகளை அளிக்கின்றன. நிதி வசதிகளும் போக்குவரத்து வசதிகளும், விற்பனை வசதி களும் கிடைக்கின்றன. இவைகள் எல்லாம் 'புறச் சிக்கனங் கள்' (External Economics) ஆகும்.

வளர்ந்து செல் விளைவு விதி ஒரு குறிப்பிட்ட நிலை வரையில் தான் செயல்படும். அந்நிலைக்குப் பின் குறைந்துசெல் விளைவு விதி செயல்படத் தொடங்கிவிடும். வளர்ந்து செல் விளைவு விதி, உற்பத்திக் காரணிகள் தாராளமாகவும் சக்தி வாய்ந்ததாகவும் கிடைத்தால்தான் செயல்படும் என்பதையும் நம் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

மாறு விளைவு விதி
(Law of Constant Returns)

உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்காக இடுமானங்களை ஒரு குறிப்பிட்ட வீதத்தில் உயர்த்திக் கொண்டே செல்லும்போது, உற்பத்தியும் ஆரம்பக் காலத்தில் வளர்ந்து செல் விளைவு விதிப் படி உயர்ந்து வருகிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட நிலையைச் சென்று அடைந்தவுடன் உற்பத்தி குறைந்து செல் விளைவு விதிப்படி குறைகின்றது. ஒரு நிலைவரை உயர்ந்த உற்பத்தி உடனே சரிவதில்லை. சிறிது காலம் முதலீடு எந்த விகிதத்தில் அதிகப் படுத்தப்படுகின்றதோ அதே அளவில் உற்பத்தியும் அதிகரித்து இருக்கிறது. அந்த நிலைக்கு மாருத விளைவு எனப் பெயர். இடு மானங்களின் (Doses) விகித அளவிற்கு ஏற்ப உற்பத்தியின் விகிதமும் இருக்குமேயானால் அதற்கு மாருத விளைவு விதி (Law of Constant Returns) என்று பெயர்.

உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவை ஒரு குறிப்பிட்ட வீதத் தில் அதிகரிக்கும்போது உற்பத்தியின் வீதமும் அதே வீதத்தில் அதிகரிக்கும் என்று மாருத விளைவு விதிக்குப் பொருளியல் வல்லுநர் டிக்லர் விளக்கம் கூறுகிருர்.

இவ் விதியை ஓர் எடுத்துக்காட்டு மூலம் நாம் அறிந்து கொள்ளலாம்.

ஒருவர் ரூ. 2000 செலவு செய்து 50 மணிப் பொறிகளை யும், ரூபாய் 3000 செலவு செய்து 75 மணிப் பொறிகளையும், ரூ. 4000 செலவு செய்து 100 மணிப் பொறிகளையும்,

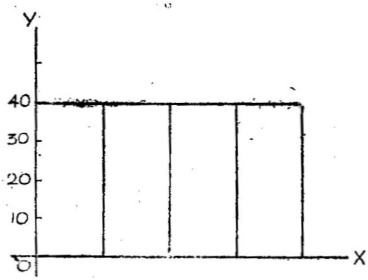
ரூ. 5000/- செலவு செய்து 125 மணிப் பொறிகளையும் உரு வாக்குகிறார் என்று வைத்துக் கொள்வோம். இவர் நடத்தும் தொழில் மாறாத விளைவு விதியின்கீழ் செல்கிறது எனத் தெரிகிறது. ஏனெனில், உற்பத்திச் செலவு கூடும் வீதத்தில் மணிப் பொறிகளும் கூடுகின்றன.

இதனைக் கீழ்க்கண்ட அட்டவணை மூலமும், வரைபடத்தின் மூலமும் நாம் தெளிவாக அறிந்து கொள்ளலாம்.

உற்பத்திச் செலவு	மொத்த உற்பத்தி	இறுதிநிலை உற்பத்தி	சராசரி செலவு
2000	50	—	40
3000	75	1000	40
4000	100	1000	40
5000	125	1000	40

இடுமானங்களின் வீதத்திற்கு ஏற்ப உற்பத்தியின் வீதமும் அதிகரித்து இருப்பதால் சராசரி உற்பத்திச் செலவு மாறாது இருக்கிறது. ஆகவே, மாறா விளைவு விதியை மாறாச் செலவு விதி எனவும் கூறலாம்.

இதை வரைபடத்தின் மூலம், காணலாம்.



படம் 28

உற்பத்திக் காரணிகளைச் சரியான அளவில் உபயோகப் படுத்தியதே இதன் காரண மாகும்.

எந்த ஒரு தொழில் நிறு வனம் மாறா விளைவு விதியின் கீழ் செயல்படுகிறதோ அந்த நிறுவனத்திற்கு உத்தம நிறு வனம் என்று பெயர். இந்த நிறுவனமே மிகவும் திறமை வாய்ந்த நிறுவனமாகும். ஏனெனில், உற்பத்தி எவ்வளவாக உயர்ந்தாலும் (ஒரு குறிப்பிட்ட நிலை வரையிலும்) அதன் சராசரி செலவு ஒரே அளவாகவே இருக்கின்றது. ஆகவே, அதிக அளவு இலாபம் ஈட்டக் கூடியதாக இருக்கின்றது. இந்த

நிலை அந்நிறுவனம் உற்பத்தியின் அளவைக் கூட்டாமல் அதே அளவையே பின்பற்ற வேண்டும். ஏனெனில், அந்த அளவிற்கு மேலும் உற்பத்திக் காரணிகளைப் பயன்படுத்தும் போது அங்கே குறைந்துசெல் விளைவு விதி செயல்படத் தொடங்கி விடலாம். ஒரு நிறுவனம் மாறா விளைவு விதியின்கீழ் நீண்ட காலங்கள் செயல்பட முடியாது என்பது தெளிவு. உற்பத்தியின் முறைகள் மாறும்போது, இடுமானங்களின் அளவிலும் மாறுதல்கள் ஏற்படலாம். ஆகவே, உற்பத்தித் திறனும் மாறக்கூடும்.

உயர்ந்துசெல் விளைவு விதியையும் குறைந்துசெல் விளைவு விதியையும் இணைப்பது மாறா விளைவு விதி. ஒரு குறிப்பிட்ட எல்லை வரையிலுமே இது செயல்படும். சரியான அளவில் உற்பத்திக் காரணிகள் சேர்ந்து இருக்கும் வரை இவ்விதி செயல்படுகிறது. பின் குறைந்துசெல் விளைவு விதி செயல்படத் தொடங்கிவிடும்.

உழைப்பு

விளக்கம்

உழைப்பு என்ற சொல்லைக் கேட்டவுடன் மனிதன் செய்யும் வேலை அல்லது முயற்சி என்று நாம் கருதுகிறோம். பொருளியலில் உழைப்பு என்ற சொல்லுக்குச் சிறிது மாறுபட்ட கருத்து இடம் பெறுகிறது. பொருள் பலனைக் கருதி மனிதனால் செய்யப்படும் முயற்சிக்கு உழைப்பு என்று பொருளியல் கூறுகிறது. குடும்பத்தில் ஒருவர் மற்றொருவருக்குச் செய்யும் பணியிலும், விளையாடுவதிலும் உழைப்புச் செலுத்தப்படுகிறது. இவைகள் யாவும் பொருள் பலனைக் கருதிச் செய்யும் உழைப்பு அல்ல. ஆகையால் பொருளியலில் இவைகளை உழைப்பு என்று கொள்வதில்லை.

பொருள் பலனைக் கருதி உடலாலோ, மனத்தாலோ முழு அளவிலோ அல்லது பகுதி அளவிலோ செய்யப்படும் வேலைக்கு உழைப்பு என்று பொருளியல் வல்லுநர் 'மார்சல்' விளக்கம் கூறுகிறார்.

'மார்சல்' கூறிய இலக்கணத்திலிருந்து நாம் மூன்று கருத்துகளை அறிய முடியும். முதலாவதாக உழைப்பு இரு வகைப்படும் உடல் உழைப்பு, மன உழைப்பு. எடுத்துக்காட்டாக உழவன் நிலத்தை உழுவது உடலால் செய்யும் வேலை, அது உடல் உழைப்பாகும். உடலின்

உறுப்புகளைப் பயன்படுத்துகிருன். கவிஞன் கவிதை புனை கிருன் என்று வைத்துக் கொள்வோம். அவன் மனத்திஞல் சிந்தனை செய்து கவிதை இயற்றுகிருன். அது மன உழைப் பாகும். இரண்டாவதாகச் செய்யும் வேலை முழு அளவிலும் இருக்கலாம் பகுதி அளவாகவும் இருக்கலாம். சலவைக் கடை யில் சலவைக்குத் துணி போடுகிரேம் என்று வைத்துக் கொள் வோம். அவர் ஒருவரே துணியைத் துவைத்து, உலர்த்தி, மடித்துத் தேய்த்துக் கொடுக்கிருர் என்று வைத்துக் கொள் வோம். இங்கு முழு வேலையும் ஒருவரே செய்கிருர். மாருக ஒருவர் துவைக்கிருர், மற்ெருருவர் உலர்த்தி மடிக்கிருர், இன் ெனுருவர் தேய்க்கிருர் என்று வைத்துக் கொள்வோம் என்ருல் ஒவ்வொருவரும் ஒரு பகுதி வேலையைச் செய்கிருர்கள் எனலாம். மூன்ருவதாக, வேலை பொருளுக்காகப் (பணத்திற் காக) செய்யப்பட வேண்டும். தகப்பன் தன் மகனுக்காகப் பாடம் சொல்லிக் கொடுப்பது உழைப்பு ஆகாது. ஆசிரியர் மாணவர்களுக்குப் பாடம் சொல்லிக் கொடுப்பது உழைப் பாகும். பொருள்பலனைக் கருதாமல் அன்பிஞல் செய்யும் பணிகள் யாவும் உழைப்பு எனக் கருதப்பட மாட்டாது. நான்காவதாக உழைப்பின் முடிவு நன்மையோ தீமையோ கருத்தில் கொள்ளக் கூடாது. கிணறு வெட்டுகிற போது உப்பு நீரே சுரந்தாலும் அதுவும் உழைப்பே.

சிறப்பியல்புகள்

மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளுக்கல்லாது சில தனிப்பட்ட அம்சங்கள் உழைப்புக்கு உண்டு.

i. உழைப்பு வேறு உழைப்பாளி வேறு என்று கூறமுடி யாது. உழைப்பாளர்களிடமிருந்து உழைப்பைத் தனியாகப் பிரிக்க முடியாது. உழைக்கும் போது உழைப்பாளி உடனிருந் தாக வேண்டும். இதையே பொருளியல் வல்லுநரான **மார்சல்** The worker sells his work but himself remains his own property' என்று கூறுகிருர்.

ii. உழைப்பு அழியக் கூடியது (Labour is perishable) உழைப் பைச் சேமித்து வைத்துத் தேவையுள்ள நாட்களில் பயன் படுத்த முடியாது. நிலமும் முதலும் தேவையற்ற காலங்களில் விட்டு வைத்துத் தேவையுள்ள காலங்களில் பயன்படுத்தலாம்.

iii. உழைப்பு அழியக் கூடியது. ஒன்ருக இருப்பதால் உழைப்பாளர்கள் உழைக்கப் போட்டிப் போட்டுக் கொண்டு

முன் வருகிறார்கள். உழைப்பாளர்களுக்குள் போட்டி இருப்ப தால் குறைந்த ஊதியத்திற்கும் உழைக்கத் தயாராக இருக் கிறார்கள்.

iv. மூலதனத்தைப் போன்று உழைப்பாளி ஓர் இடத்தி லிருந்து மற்றோர் இடத்திற்கு எளிதில் செல்ல முடிவதில்லை. எடுத்துக்காட்டாக வட்டி அதிகமாகக் கிடைக்கும் இடத்திற்கு முதலை மாற்றிவிடலாம். மனிதன் ஒரு மாநிலத்தில் இருந்து மற்றொரு மாநிலத்திற்குச் செல்ல முடியாதபடி சுற்றுப்புறச் சூழ் நிலைகள், பழக்க வழக்கங்கள் தட்ப வெப்பநிலை, மொழிச் சிக்கல் ஆகியவை தடை செய்கின்றன.

v. உழைப்பாளிகளை உடனடியாக உருவாக்க முடியாது. சிறுவர்கள் உழைப்பாளிகளாக (மனிதர்களாக) மாறுவதற்கும் சிறந்த உழைப்பாளிகளாகப் பயிற்சி கொடுத்து மாற்றுவதற்கும் பல ஆண்டு காலம் பொறுத்திருக்க வேண்டும். உழைப்பாளி களின் தேவையை (Labour demand) உடனடியாக உழைப்பாளி களின் அளிப்பைக் கொண்டு ஈடு செய்ய முடியாது.

vi. ஒவ்வொரு தொழிலாளியும் ஒவ்வொரு துறையில் தேர்ச்சி உடையவனாக இருக்கிறான். ஆகவே, இரு தொழில் தொழிலாளர்களுக்கிடையே போட்டி ஏற்படுவதில்லை. எடுத்துக் காட்டாக மருத்துவ நிபுணர்களுக்கும் வழக்கறிஞர்களுக்கும் இடையே தொழில் போட்டி ஏற்பட முடியாது.

vii: இயந்திரங்களைப்போல அல்லாமல் உழைப்பாளி அறிவைப் பயன்படுத்தி உழைக்கிறான். அறிவு, முயற்சி, இரண்டையும் பயன்படுத்துவதுதான் உழைப்பு என்று பொரு ளியல் வல்லுநர் கேன் கிராசு (Cain Cross) கூறுகிறார்.

உழைப்பின் வகைகள்

உள உழைப்பு : மனத்தைச் செயல்படுத்தி ஒரு வேலையைச் செய்வதற்கு உள உழைப்பு என்று பெயர். எழுத்தாளர்கள் இந்த உழைப்பிற்குச் சிறந்த எடுத்துக்காட்டு ஆவார்கள்.

உடல் உழைப்பு : உடலை வருத்திச் செய்யும் எல்லா வேலை களுக்கும் உடல் உழைப்பு என்று பெயர். கை வண்டி இழுப்பது, பொருளுக்காகத் தண்ணீர் சுமப்பது மண் வெட்டுவது போன் றவைகளாகும்.

உருவாக்கும் உழைப்பு: உற்பத்திப் பணியில் ஈடுபடுத்தப் படும் உழைப்புக்கு உருவாக்கும் உழைப்பு என்று பெயர்.

உருவற்ற உழைப்பு

உற்பத்திப் பணியில் ஈடுபடாத உழைப்பாகும்.

திறன் மிக்க உழைப்பு

நல்ல பயிற்சியும், திறன் மிக்க உழைப்பாளிகளின் உழைப்பே திறன் மிக்க உழைப்பாகும். எடுத்துக்காட்டாக நல்ல பயிற்சிப் பெற்ற மருத்துவர்கள் அவர்கள் துறையில் மிகவும் திறமை மிக்க சிறப்பியல்புகளைச் செய்வார்கள்.

திறனற்ற உழைப்பு: பயிற்சி பெருத திறமையற்ற தொழிலாளிகள் உழைப்பு எடுத்துக்காட்டாக 'வர்ர்டு பாய்' (Ward Boy) மருத்துவத் துறையில் ஈடுபடுவது.

உழைப்பின் அளிப்பு

உழைப்பதற்குத் தகுதியான வயதுடையோர்களின் தொகையையே உழைப்பின் அளிப்பு என்று கூறுகிறோம். முதலாவதாக உழைக்கத் தகுதி உள்ளவர்கள் தகுதி அற்றவர் கள் என்று குறிப்பிடுவதற்கு ஒரு தகுதியான வயதைக் குறிப்பிட வேண்டும். ஒரு நாட்டின் உழைப்பாளியின் எண்ணிக்கை (i) அந்த நாட்டின் மொத்த மக்கள் தொகை (ii) உழைக்கும் திறன் (iii) உழைக்கும் நேரம் (iv) மக்கள் தொகையில் உழைக்கும் மக்களின் வீதம் ஆகியவற்றைப் பொருத்து அமையும்.

முன்னேற்றமடைந்த சமூகத்தில் உழைப்பாளிகளின் எண்ணிக்கை குறைவாகவே இருக்கலாம். ஏனெனில், முன் னேற்றமடைந்த சமூகத்தில் பெண்கள் உழைக்க முன் வருவ தில்லை. நாகரிகம் குறைந்த சமூகத்தில் ஆண்களும் பெண்களும் சேர்ந்து உழைக்கிறுர்கள். மேலும், கட்டாயக் கல்வி, கட்டாய இராணுவப் பயிற்சி கட்டாய வேலை நீக்கம் (compulsory Retirement) ஆகியவைகள் உழைப்பாளிகளின் எண்ணிக்கையைக் குறைத்து வருகின்றன.

உழைப்பின் தேவை

உழைப்பின் தேவை, அவ்வுழைப்பால் செய்யப்படும் பொருளின் தேவைக்கு ஏற்ப அதிகரிக்கும். எடுத்துக்காட்டாக ஓர் உழைப்பாளி ஒரு வாரத்தில் ஐந்து நாற்காலிகள் செய்யக்

கூடும் என்று வைத்துக் கொள்வோம். திடீரென்று நாற்காலி களின் எண்ணிக்கை பத்தாக உயரும்போது ஒரு வாரத்தில் செய்து முடிக்க அவன் மற்றோர் உழைப்பாளியைச் சேர்த்துக் கொள்கிறன். எனவே, உழைப்பின் தேவை பெரும்பாலும் அப் பொருளின் தேவையையே பொருத்தது. மேலும், வியா பாரத்தின் நிலை சாதனங்களின் கிடைப்புத் தொழில் நுட்ப நிலை ஆகியவற்றையும் பொறுத்தது எனக் கூறலாம்.

உழைப்பின் பெயர்ச்சி

ஒரு பதவியிலிருந்து மற்றொரு பதவிக்கு இயங்கும் தன்மையைப் பெயர்ச்சி எனலாம். இப் பெயர்ச்சியை இருவகை களாகக் கருதலாம்.

முதலாவதாக இடப் பெயர்ச்சி. (Geographical mobility) ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்கு உழைப்பிற்காகச் செல் வது இடப் பெயர்ச்சியாகும். எடுத்துக்காட்டாகச் சென்னையைச் சேர்ந்த ஒருவர் பம்பாயில் ஒரு பணியில் ஈடுபடுகிறர் என்றல் அது இடப் பெயர்ச்சி. இவ்விடப் பெயர்ச்சிக்கு (1) மொழி களின் வேறுபாடுகள், (2) சீதோஷ்ண நிலை, (3) குடும்பப் பற்று, (4) சுற்றுப்புறச் சூழ்நிலைகள், (5) சட்ட வேறுபாடு கள் போன்றவைகள் தடையாக இருக்கலாம்.

இரண்டாவதாக வேலைகளுக்குள் பெயர்ச்சி தொழில் நிறு வனத்தினுள்ளயே ஏற்படுவதுண்டு. ஒரு பிரிவிலிருந்து மற்றொரு பிரிவிற்கு மாறுவது இதற்குப் பல தடைகள் ஏற்படுவதுண்டு. எடுத்துக்காட்டாகச் சாதி வேறுபாடு, வயதின் வரையளவு போன்றவை தடுப்பாக அமையலாம்.

மூன்றுவதாகச் செங்குத்துப் பெயர்ச்சி. (Vertical mobility) படிப்படியாகப் பதவியில் உயர்ந்து செல்வதற்குச் செங்குத்துப் பெயர்ச்சி எனப் பெயர். எடுத்துக்காட்டாக முதலில் கடைநிலை ஊழியராக இருந்து (Peon) பின் எழுத்தாளராக மாறி மேலும் கணக்கராக (Accountant) ஆக ஒரு நிறுவனத்தில் ஒருவன் முன்னேறுகிறன் என்றல் அது இந்த வகையைச் சாறும்.

நான்காவதாகப் படுகிடைப் பெயர்ச்சி, அரசாங்க உதவி கள், ஆட்களின் தேவை திறமையானப் பயிற்சி இவைகளினல் உண்டாகும் பெயர்ச்சிக்குப் படுகிடைப் பெயர்ச்சி என்று பயர்.

உழைப்பின் திறமை

நாட்டின் உற்பத்தி உழைப்பாளிகளின் திறமையைப் பொறுத்து இருக்கிறது. உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்காக உழைப்பாளிகளின் அளிப்பைவிட (supply of labour) உழைப்பின் திறமை அதிகமுள்ள உழைப்பாளிகளே தேவையாகும். தொழிலாளிகளின் திறமை அவர்களது திறமையையும் பண்பையும் வேலைப் பகுப்பின் முறையையும் தொழிலமைப்பையும் பொறுத்து இருக்கின்றன. உற்பத்தியின் திறனைக் கீழ்க்கண்ட காரணிகளால் நிருணயிக்கலாம்.

1. கல்விப் பயிற்சி

சிறத்த கல்வியினுலும் நல்ல பயிற்சியினுலும் ஒருவனைச் சிறந்த உழைப்பாளனுக உருவாக்க முடியும். நன்கு ஆராய்ந்து செயல் படுபவனுக இருப்பான்.

2. தட்ப வெப்ப நிலை

அதிக வெப்பமும் அதிகக் குளிரும் மனிதனின் உழைப்புத் திறனைப் பாதிக்கின்றன. தட்ப வெப்பநிலை சீராக இருந்தால் தான் உழைப்பாளியும் களைப்பின்றி அதிக நேரம் வேலை செய்ய முடியும். இந்திய நாடு ஒரு வெப்பமான நாடு. ஆகவேதான் அயல் நாடுகளைக் காட்டிலும் இந்திய உழைப்பாளிகள் உழைப்புத் திறன் குறைந்தவர்களாகக் காணப்படுகிருர்கள்.

3. இனப் பண்புகள்

ஒவ்வொரு நாட்டு மக்களும் ஒரு துறையில் தனி முன்னேற்றம் அடைந்து காணப்படுகிருர்கள். அதற்கேற்ப அவர்களது உடல் வலுவும் மனவலுவும் அமைந்திருக்கின்றன.

எடுத்துக்காட்டாக இத்தாலியர்கள் சிற்பிகளாகவும், சப்பானியர்கள் சிறு தொழில் வல்லுநர்களாகவும், செர்மானியர்கள் பொருளியலில் சிறந்தவர்களாகவும் விளங்குகின்றனர்.

4. அறிவாற்றல்

திறமை வாய்ந்த உழைப்புக்கு அறிவுத் திறன் அவசியமாகும். இனத்துக்கு இனம், ஆளுக்கு ஆள் அறிவுக் கூர்மை வேறுபடுகிறது.

5. ஒழுக்கம்

ஒருவரின் உழைப்புத் திறமை அவனுடைய ஒழுக்கத்தையும் சார்ந்ததாகும். ஒருவனின் ஒழுக்கம் அவன் குடும்பத்தின்

தன்மையையும் சுற்றுப்புறச் சூழ்நிலையையும் பொருத்து அமையும்.

6. இயற்கையாகக் கிடைத்த சிறப்புகள்

ஒருவன் இயற்கையாகவே சுறுசுறுப்புள்ளவனுகவும் கூரிய அறிவும், முயற்சியும் உடையவனுகவும் இருந்தால் அவன் ஒரு சிறந்த உழைப்பாளியாக ஆவான் என்பது உறுதி.

7. உணவு (Food)

உழைப்புக்கேற்ற உணவு மனிதனுக்கு அவசியம். உழைப் பதற்கு வேண்டிய சக்தியைக் கொடுப்பதே உணவுதான் என் பது தெளிவு. சத்துள்ள ஆகாரம் மனிதனுக்கு மிகவும் இன்றி யமையாத ஒன்ருகும். நோயற்ற வாழ்வு, மருத்துவ வசதிகள், நல்ல வீட்டு வசதி, இவைகளும் மனிதனின் உழைப்பை உயர்த்துகின்றன.

வேலைக் கொடுப்பவரின் செயல்

உழைப்பாளிகளின் தேவைக்கேற்றபடி சூழ்நிலைகளை மாற்றி ஊக்குவிக்கும் முதலாளிகளின் திறமைக் கேற்ப உழைப்பாளி களின் திறமை அதிகரிக்கும்.

ஊதியம்

உழைப்பாளிகள் தாமாகவே வந்து மனப்பூர்வமாக உழைத்தால்தான் உற்பத்தி ஆதிகரிக்கும். சிறந்த ஊதியம் அதற்கு உதவுகிறது.

வேலைச் சூழ்நிலை

வேலை செய்யும் இடம் நல்ல வெளிச்சம் வரக் கூடியதாகவும் காற்ருேட்டம் நிறைந்ததாகவும், இருக்க வேண்டும். தொழில் நிறுவனத்தின் தோற்றமே மனிதனைக் கவரக் கூடியதாக இருத் தல் வேண்டும். அமைதியான மனத்திற்கினிய சூழ்நிலைகளில் மனிதனின் உற்பத்தித் திறன் அதிகரிக்கும்.

வேலை நேரம்

வேலை செய்து கொண்டு இருக்கும்போது இடையே சிறிது ஓய்வு நேரம் கொடுப்பதாலும், மொத்த வேலை நேரத்தைத் தளர்த்துவதாலும் உழைப்பாளிகள் உற்சாகத்துடன் உழைக்க வழி செய்கிறது.

சாதனங்களின் வசதி

வேலை செய்யும்போது உற்பத்தி செய்வதற்கான எல்லாச் சாதனங்களும் தாராளமாக அருகிலேயே இருக்கும்படி செய்ய வேண்டும். மேலும், நவீன சாதனங்களின் மூலமாக்வும் உற்பத்தித் திறன் அதிகரிக்கும்.

இந்திய உழைப்பாளியின் ஆக்கத்திறன்

அந்நிய நாடுகளின் தொழிலாளிகளோடும் நம் நாட்டின் தொழிலாளிகளை இணைத்துப் பார்க்கும்போது நம் தொழிலாளிகள் உழைப்பில் பின் தங்கிய அல்லது திறமை அற்றவர்களாகவே இருக்கிறார்கள். இதற்குக் காரணங்கள் பல உள்ளன. இந்திய நாட்டின் தட்ப வெட்பநிலை உழைப்பிற்கு ஏற்றதல்ல. நம் நாடு ஒரு வெப்பப் பிரதேசமாகும். ஆகவே, உழைப்பாளிகளை விரைவில் களைப்பாக்கிவிடுகிறது. சிறந்த பயிற்சி பெற்ற தொழிலாளர்கள் நம் நாட்டில் மிகவும் குறைவு.

ஆகவே உற்பத்திக் குறைகிறது. (3) அயல் நாடுகளை ஒப்பிட்டுப் பார்க்கும்போது நம் தொழிலாளர்களுக்கு மிகவும் குறைந்த ஊதியமே கொடுக்கப்படுகிறது. ஊதியமே உழைப்பின் ஊக்கத்தைத் தட்டி எழுப்பக் கூடியது. (4) நிறுவனங்களின் அமைப்பும் வேலைச் சூழ்நிலைகளும் நிறைவு தரும் அளவிற்கு அமையவில்லை. (5) வாழ்க்கைத் தரம் மிகவும் குறைந்து காணப்படுவதால், பல சிக்கல்களை வாழ்வில் சமாளிக்க வேண்டியிருக்கிறது. இதனால் உழைப்பாளிக்கு உழைப்பின் மேல் முழு கவனத்தையும் செலுத்த முடிவதில்லை. தற்காலத்தில் வேலை நேரம், வேலைச் சூழ்நிலை, ஊதியம், தொழிலின் அமைப்பு இவைகளை ஒழுங்குபடுத்துவதற்காக ஆலைத் தொழிற் சட்டம் இயற்றி செயல்படுத்தப்பட்டு வருகிறது. மேலும், ஆங்காங்கே தொழிற்கூடங்களும் தொழிற் பயிற்சிப் பள்ளிகளும் அதிகமாகத் தொடங்கப்பட்டுள்ளன. ஆகவே, காலப்போக்கில் நம் உழைப்பாளிகளின் உழைப்புத் திறன் அதிகரிக்கும் என்பது உறுதி.

மால்தசின் மக்கள் தொகைக் கோட்பாடு (Malthusian theory of population).

பதினெட்டாம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியில் இங்கிலாந்து தேசத்தில் மக்கள் தொகை ஒரு பெரும் பிரச்சினையாக உருவெடுத்தது. இங்கிலாந்தில் கி.பி. 1700-ல் 55 இலட்சத்திலிருந்து கி.பி. 1800-ல் 185 லட்சமாக மக்கள் தொகை வளர்ந்

திருந்தது. அந்த வளர்ச்சியோடு வாழ்க்கைப் பிரச்சினைகளும் வளர்ந்திருந்தன. மக்கள் வறுமையினாலும், துன்பத்தினாலும் அவதிப்பட்டார்கள். இந்நிலையில் 'தாமஸ் ராபர்ட் மால்தசு' என்பவர் பழைய கருத்துகளைத் தெளிவுபடுத்தி மக்களுக்கு எடுத்துக் கூறினார்.

கார்சாண்டர்ஸ் என்னும் ஆசிரியர் ஆதி மக்களிடையும் இந்தப் பிரச்சினை இருந்ததென்றும் அவைகளைத் திருமணத்தை ஒத்திப் போடுதல், மகப்பேருக்குப் பின் தம்பதிகள் அதிக காலம் தனித்திருத்தல், சிசு அழிப்பு ஆகியவை மூலம் மக்கள் தொகையைக் குறைத்தார்கள் என்று கூறியுள்ளார். மான் டெக்ஸ்யூ என்னும் ஆசிரியர் மகப்பேறு, பயம் அதிக அளவு குடும்பத்தைப் பராமரிக்க முடியாமை இவைகளினால் மக்கள் தொகைக் குறைக்கப்படுகின்றன என்கிறார். மீராபோ என்னும் ஆசிரியர் ஒரு நாட்டின் மக்கள் தொகை வளர்ச்சி. அந்நாட்டின் உணவு உற்பத்திப் பெருக்கை ஒட்டி வளரும் என்று கூறியுள் ளார். காண்ட்டில்லன் என்பவர் மக்கள் தொகை வாழ்க்கை வசதிகள் அளவின்றிக் கிடைப்பதன் மூலம் பெருகும் என்று கூறினார். இவ்விதமாக மால்தசுக்கு முன்னரே பலர் மக்கள் தொகையைப் பற்றிக் கருத்துகளைக் கூறியுள்ளார்கள்.

மால்தசு மக்கள் தொகையைப் பற்றிக் கருத்துகளைத் தெரி விப்பதற்குக் காரணமாக இருந்தவரே வில்லியம் காட்வின் ஆவார். காட்வின் நிலப் பரப்பின் முக்கால் பங்கு இன்னும் பயிர் செய்யப்படவில்லை என்றும் பல நூற்றாண்டுகளுக்கு இன் னும் மக்கள் தொகை வளர்ந்தாலும் அத்தொகையைச் சமாளிக்க முடியும் என்றும் கருத்துத் தெரிவித்தார். வில்லியம் காட்வின் உடையக் கருத்து மால்தசுக்குப் புறம்பாகத் தோன்றியது. ஆகை யினால் மக்கள் தொகையின் வளர்ச்சி எதிர்காலத்தில் எவ்வாறு பாதிக்கும் என்பது பற்றி ஒரு நூல் எழுதி 1798-ல் வெளியிட் டார். மேலும், பல புதுக் கருத்துகளுடன் 1803 ஆம் ஆண்டு தனது இரண்டாவது நூலையும் வெளியிட்டார். அவர் கூறிய கருத்துகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம். உணவும் இடமும் தக்க அளவு கிடைக்கும் வரை உயிரினங்கள் தம்முடைய தனது இனத்தைப் பெருக்குவது இயற்கை. இதற்கு மனித இனமும் விதிவிலக்கல்ல. ஆனால், உயிரோடிருப்பதற்கு வேண்டிய குறைந்த அளவு உணவுப் பொருள்கள் கிடைக்கும்வரைதான் மக்கள் தொகை வளர முடியும். ஆகவே, உணவுப் பொருள் களின் வளர்ச்சியைப் பொருத்தே மக்கள் தொகை பெருகுகிறது. மக்களிடையே நிரந்தரமாக நிலவியிருக்கின்ற பாலுணர்ச்சியின்

விளைவாக மக்கள் தொகை காலப்போக்கில் அதிக வேகமாக வளரக் கூடியது. இனக் கவர்ச்சியின் மூலமாகத்தான் இனப் பெருக்கம் ஏற்படுகிறது. தடைகள் ஏதும் இல்லாதிருந்தால் 25 ஆண்டு காலங்களில் இருக்கின்ற மக்கள் தொகை இரு மடங் காகும் என்று கூறுகிருர். மேலும் மக்கள். தொகை பெருக்கல் வீதத்தில் பெருகுகின்றது என்கிருர். அதாவது, மனித வர்க்கம் 1, 2, 4, 8, 16, 32 என்ற மதிப்பெண்களாகப் பெருகுகின்றது என்கிருர். மக்களைக் காக்கவேண்டிய உணவுப் பொருள்கள் இந்த வீதத்தில் உறுதியாகப் பெருக முடியாது என்கிருர். பூமி யின் மண் வளத்தைக் கவனிக்கும்போது விளைவு குறைந்து கொண்டே போகும் என்று தெரிகிறது.

எவ்வளவுதான் உற்பத்திக் காரணிகளைக் கூட்டினலும் விளைவு குறைந்துசெல் விதியின்படி குறைந்து கொண்டே தான் செல்லுமே தவிர பெருகாது.

இருப்பினும் சராசரி ஆண்டின் உற்பத்தி மாருமல் ஒரே சீராக இருப்பதாக வைத்துக் கொண்டாலும் 25 ஆண்டுகள் முடிந்த பின்பும் ஒரே சீராகத்தான் இருக்க முடியும். உணவு உற் பத்தி கூட்டெண் விகிதத்தில் அதாவது, 1, 2, 4, 6, 8, 10, 12, என்றுதான் கூடுகிறது. ஆகவே, மக்கள் தொகை வளர்ச்சிக் கும் உணவுப் பொருள்கள் உற்பத்திக்குமிடையே நீண்டதொரு இடைவெளி தோன்றி உணவுப் பற்றுக் குறையை ஏற்படுத்து கின்றது. இவ்வுணவுப் பற்றுக் குறை மக்களின் இனப் பெருக் கத்தைத் தடை செய்கின்றது என்று கூறுகிருர்.

மக்கள் தொகையைக் கட்டுப்படுத்தும் தடைகளை இரண் டாகப் பிரிக்கிருர்.

(i) தவிர்ப்புத் தடைகள் (Preventive Checks)

(ii) இயல்புத் தடைகள் (Positive Checks)

மனிதன் விலங்குகளைப் போலல்லாமல், தன் வருமானம், பொருளாதார நிலை இவைகளைச் சிந்தனை செய்து இனப் பெருக் குச் செய்கிருன். அதற்காகக் காலந் தாழ்த்தித் திருமணம் செய் கிருன். மேலும், திருமணம் செய்யாதிருத்தல் அடுத்துக் குழந்தைக்கு அடிகோலும் ஆண்டைத் தள்ளிப் போடுதல் போன்ற தடைகளையும் கைக் கொள்கிருன். இத் தடைகளுக் குத் தவிர்ப்புத் தடைகள் என்று பெயர். இயல்பாகவே தோன்று கின்ற தடைகளானக் கொள்ளை நோய், பஞ்சம், பட்டினி, சண்டைகள், வெள்ளப் பெருக்கு, உடை வீடு வசதிக் குறைவு,

ஏழ்மை போன்றவைகளாலும் மக்கள் தொகைக் குறையும் இயல்புத் தடைகளை 'மால்தசு' இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கிருர். (1) இயற்கையின் முரண்பாடுகளினுல் தோன்றுவன வற்றைத் துன்பம் என்றும், மனிதனுலேயே உருவாக்கிக் கொள்ளும் சண்டை முதலியவற்றை ஒழுங்கீனம் என்றும் கூறலாம்.

எந்த நாட்டை எடுத்துக்கொண்டாலும் ஏதாவது ஒரு தடை செயல்பட்டுக் கொண்டுதான் உள்ளது. இத் தடைகள் சிறந்த தல்ல என்ருலும் மக்கள் தொகையைக் குறைக்கத் தவிர்ப்புத் தடைகளை மேற்கொள்வதே சிறந்த வழியாகும் என்று மால்தசு கூறுகின்ருர். மால்தசு கூறிய வழியைச் சுருக்கமாகக் கூற வேண்டுமாஞல் இவ்விதம் கூறலாம்.

(i) மக்கள் தொகை, உணவு உற்பத்தி வீதத்தைவிடப் பல மடங்கு வேகத்தில் வளருகிறது.

(ii) உணவு உற்பத்திப் பற்ருக் குறை மக்கள் தொகையின் வளர்ச்சிக்குத் தடை செய்கிறது.

(iii) மனித இனத்திற்காக உணவு உற்பத்தி செய்யும் நிலத்தின் ஆற்றலை விட மனித இனவிருத்தி ஆற்றல் அதிகமாக இருக்கின்றது.

(iv) மக்கள் தொகையின் வளர்ச்சியைத் தவிர்ப்புத் தடைகள் மூலமாகக் கட்டுப்படுத்தலாம்.

மால்தசு மக்கள் தொகையைப் பற்றித் திறனுய்வு

1. மக்கள் தொகை உணவு உற்பத்தியைமட்டும் பொருத்து அமைவதில்லை. நாட்டின் செல்வத்தையும், மக்களின் உழைப்புத் திறனையும் சார்ந்ததாகும். உணவு உற்பத்திக் குறையும் போது நாட்டின் செல்வத்தைக் கொண்டு அயல் நாடுகளிலிருந்து உணவுப் பொருள்களை இறக்குமதி செய்து பஞ்சத்தையும், பட்டினியையும் குறைக்கலாம். செலிக்மேன் என்பவர் மக்கள் தொகை என்பது 'திறமை மிக்க உற்பத்தி' சமமானப் பகிர்வு இவைகளையும் பொருத்தது என்று கூறுகிருர்.

2. வேளாண்மைத் துறையில் உற்பத்தியை வேகமாகப் பெருக்க முடியாவிட்டாலும் புதுமை இயந்திரங்களைக் கொண்டும் தரமுள்ள விதைகளைக் கொண்டும், சக்தி வாய்ந்த இயற்கைச் செயற்கை உரங்களைக் கொண்டும் உணவு உற்பத்தியை ஓரளவு உற்பத்தியை வேகமாகப் பெருக்க முடியும். ஒவ்வொரு நாடும் ஒவ்வொரு தொழிலில் முன்னேறிக் கொண்டுதான் இருக்கின்

றது. சப்பான் சிறு தொழிலில் மிகவும் சிறந்து விளங்குகின்றது. ஆகவே, நுட்பமான பொறியியல் சாதனங்களை அயல் நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்து அதற்குத் தேவையான உணவுப் பொருள்களை இறக்குமதி செய்து கொள்கிறது.

3. மார்சல் 18-ஆம் நூற்றுண்டின் மக்கள் தொகையையும் பொருளாதாரப் பிற்போக்கு நிலையையும் வைத்துப் பேசினுர். ஆனுல், 19-ஆம் நூற்றுண்டில் வேளாண்மைப் புரட்சி, தொழில் முன்னேற்றம், போன்றவைகள் மக்கள் தொகையைவிட உணவு உற்பத்தியும் பெருக்கி விட்டது. பொருளாதாரம் முன்னேற்றம் உடையவர்களாகவும் காணப்படுகின்றனர்.

4. மக்கள் தொகை உயரும்போது உழைப்பாளிகளின் எண்ணிக்கையும் உயரும் என்பது தெளிவு. ஆகவே, மக்கள் நுகர்வோராக மட்டும் கருத முடியாது. மக்கள் தொகை உயரும்போது உழைப்பாளிகளின் எண்ணிக்கையும் கூடுவதால் அவர்களால் உணவு உற்பத்தியைப் பெருக்க முடியும்.

5. மால்தசின் கணக்குப்படி 25 ஆண்டுகளில் மக்கள் தொகை இரட்டிப்பாகும். ஆனுல், உணவு உற்பத்தியோ 25 ஆண்டுகளில் உறுதியாக அவ்வாறு உயராது. கூட்டெண் முறையிலேயே பெருகும் என்கிறுர். மற்ருேர் இடத்தில் உயிரோடு இருப்பதற்கு வேண்டிய குறைந்த பட்ச உணவாவது கிடைக்கும் அளவுக்குத்தான் மக்கள் தொகை வளர முடியும் என்று கூறுகிறுர். அவர் கூற்றின்படி பார்த்தால் 25 ஆண்டுகளில் உணவுப் பெருக்கன்றி எவ்வாறு இரட்டிப்பாக மக்கள் தொகை உயர முடியும் என்ற கேள்வி எழும்புகிறது.

6. மனிதனுக்குத் தேவையானது உணவு முதலில் உணவை நிறைவு செய்த பின்புதான் மற்றவைகளைப் பற்றிச் சிந்திக்கிறுன். தற்காலத்தில் உலகைப் பார்ப்போமேயானுல் எவ்வளவோ முன்னேற்றங்கள் வாழ்க்கைத்தர உயர்வுகள் மக்களிடையே தெரிகின்றன. இதிலிருந்து மக்கள் தொகையின் எண்ணிக்கை வீதம் உணவு உற்பத்தியின் வளர்ச்சி வீதத்தை விட அதிகமாகவில்லை எனத் தெரிகிறது.

7. மனிதன் ஆறு அறிவு படைத்த இனத்தவன் வாழ்க்கைத் தரம், சுற்றியுள்ள மக்களின் வாழ்க்கைத் தரம், வாழ்க்கையின் உயர்வு இவைகளை ஆராய்ந்துச் சிந்தனை செய்து இன விருத்தி செய்கிறுன். ஆகவே, மக்கள் தொகையை நிருணயிப்

பது மக்களையன்றி மற்றவை அல்ல. (மால்தசு கூறியபடி உணவு உற்பத்தி அல்ல) இக்கருத்தையே F. S. நிட்டி என்பவர் கூறுகிருர்.

இவ்வாருக மால்தசின் கருத்துகளைப் பலவாறு குறை கூறினுலும் அவரின் பணியை மறக்க முடியாது. அவருடைய முடிவான தடையின்றி மக்கள் தொகை வளர்ந்திருந்தால் உலகம் தாங்காது என்பதை யாவரும் ஒப்புக்கொள்கிருர்கள். உணவுப் பெருக்கத்தை விட மக்கள் தொகை பெருக்கம் அதிக மாகவே உள்ளது என்பது முற்றிலும் உண்மை. மேலும் இப் பெருக்கத்தால் பஞ்சங்களும் உணவு நெருக்கடிகளும் வறுமை களும் பெருகும் என்பது முற்றிலும் உண்மையாகும்.

மால்தசின் கருத்து இந்தியாவிற்கு மிகவும் பொருத்தமாக அமைந்துள்ளது. இந்திய நாட்டின் மக்கள் தொகை பெருக்கல் வீதத்தில் வளர்ந்து கொண்டு வருகிறது என்பது யாவரும் அறிந்த உண்மையாகும். ஆனுல், உற்பத்தி அவ்வாருகப் பெருகவில்லை. ஆகவே, நாட்டின் உணவுப் பற்ருக் குறை, பொருளாதார நெருக்கடி, பஞ்சம்பட்டினி போன்றவைகள் தலையெடுத்து நிற்பதை நாம் இன்றும் காண்கிருேம். இன்றைய அரசாங்கம் மக்கள் தொகையைக் கட்டுப்படுத்துவதற்காக எத்தனையோ தடைகளைப் பிறப்பித்து இருக்கிறது. குடும்பக் கட்டுப்பாடு போன்றவை இதற்கு எடுத்துக்காட்டு ஆகும். உணவு உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்கு எத்தனையோ திட்டங் களை அரசாங்கம் வகுத்துக் கொண்டிருக்கிறது.

மக்கள் தொகை வளர்ச்சியும் குறைந்துசெல் விளைவு விதியும்

மக்கள் தொகை ஓர் அளவில் இருக்கும்போது உயர்ந்த நிலங்களையே உணவு உற்பத்தியில் பயன்படுத்கிருேம். மக்கள் தொகை அதிகரிக்க, அதிகரிக்க மட்டரக நிலங்களையும் பயிர் செய்யவேண்டிய சூழ்நிலை உருவாகுகிறது என்று பொருளியல் வல்லுநர் 'ரிக்கார்டோ' கூறுகிருர். அவருடைய கூற்றின்படி மக்கள் தெகை வளர வளர விளைவு குறைந்து கொண்டே செல் கிறது எனலாம். மனிதன் பிறக்கும் போது வாயோடு மட்டு மன்றி இரு கரங்களோடும் பிறக்கிருன் என்பது உண்மை. புதிய வாய்கள் பழைய வாய்களைப் போலவே உணவு கேட்கின் றன. ஆனுல், எல்லாக் கரங்களும் அவ்வளவாக உற்பத்தி செய்வதில்லை என்று பொருளியல் வல்லுநரான மின் விளக்கு கிருர்.

எட்வர்ட் வெச்ட் என்பவரும் மக்கள் தொகை பெருகும் போது மட்டரகமாக நிலங்களையும் பயிர் செய்யவேண்டிய நிலை ஏற்படுவதால் பயிர்த் தொழிலின் ஆக்கத் திறன் குறைந்து கொண்டே செல்கிறது என்று கூறுகிறார். பண்டைக் காலப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் யாவரும் மக்கள் தொகை அதிகரிக்கும் போது விளைவு குறைந்து செல்லும் என்றே கருதினார்கள்.

நாளடைவில் மக்கள் தொகை உணவு உற்பத்தியை மட்டும் பொருத்ததல்ல என்றும் ஆலைத் தொழில்கள் வளர்ந்து செல் விளைவு விதிப்படி உற்பத்தியை அதிகரிக்கக் கூடும் என்பதும் புலனாயிற்று. இதைப் பேராசிரியர் 'சிட்விக்' தெளிவாகக் கூறியுள்ளார். பயிர்த் தொழிலைத் தவிர, ஆலைத் தொழில்களில் உற்பத்தி வளர்ந்துசெல் விளைவு விதிப்படி அதிகரிக்கும் என்றும், பயிர்த் தொழில்களிலும் தொழில் முன்னேற்றங்களினால் வளர்ந்துசெல் விளைவு விதிப்படி உற்பத்தியை அதிகரிக்கலாம் என்றும், ஆனால், எல்லாத் தொழில்களிலும் ஒரு குறிப்பிட்ட நிலைக்குப் பின் உற்பத்திக் குறைந்துசெல் விளைவு விதிப்படி செயல்படும் என்றும் எனவே மக்கள் தொகை ஓரளவுக்கு வளருவதால் நாட்டிற்கு நலமே பயக்கும் என்று கூறியுள்ளார்.

மேலே கூறிய கருத்துகளை மனத்திலே வைத்துப் பேராசிரியர் 'கானன்' (Prof. Cannon) என்பவர் மக்கள் தொகையையும், குறைந்துசெல் விளைவு விதியையும் வைத்து ஒரு புதுக் கருத்தைக் கூறினார். பொதுவாக உற்பத்தி ஒரு குறிப்பிட்ட நிலை வரையிலும் உயர்ந்த பின்புதான் குறையத் தொடங்கும். அந்த நிலைக்கு உச்ச விளைவு என்று பெயர். அந்த உச்ச விளைவினை உருவாக்குவதற்கும் தகுந்த ஒரு மக்கள் தொகையும் உண்டு. அம் மக்களின் தொகை கூடுவதாலும், குறைவதாலும் உற்பத்தியின் உச்ச விளைவும் வேறுபடுகிறது என்றார்.

உத்தம மக்கள் தொகைக் கோட்பாடு

ஆழ்ந்து சிந்திக்கும்போது எல்லாத் தொழிலிலும் ஓர் உச்ச விளைவு உண்டு என்பது நமக்குத் தெளிவாகிறது. ஒரு நிலை வரையிலும் சராசரி விளைவு அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும். உச்ச நிலையை அடைந்தவுடன் சராசரி விளைவு குறையத் தொடங்கும். அந்த நிலைக்கு உச்சநிலை விளைவு எனப் பெயர். உச்சநிலை விளைவு வரையிலும் மக்கள் தொகையைப் பெருக்கலாம். உச்சநிலை விளைவிற்கு மேலும் உற்பத்தி (மக்கள்) பெருகும்போது உணவுப் பற்றாக்குறை ஏற்படத் தொடங்கும்.

ஆகவே, மக்கள் தொகையை உச்சநிலை உற்பத்திக்கு மேல் வளரவிடக் கூடாது.

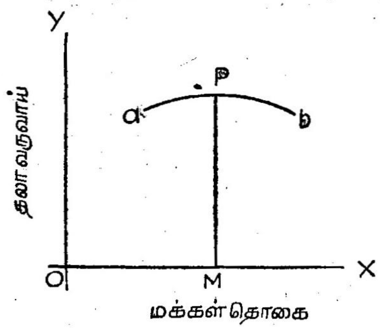
பொதுவாக உற்பத்திக் காரணிகளை ஒரு குறிப்பிட்ட அளவில் சேர்க்கும் போது உற்பத்தி உச்சநிலையை அடைகிறது. இந்த அளவை மாறா அளவு என்று முன்பு பார்த்தோம். அது போலவே மக்களின் எண்ணிக்கையை ஒரு குறிப்பிட்ட அளவில் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளோடு சேரும்பொழுது உற்பத்திப் பெருகுகிறது. அந்த அளவு மக்கள் தொகையே உத்தம அளவு மக்கள் தொகை என்று கூறுகிறோம்.

உற்பத்திக் காரணிகளோடு உத்தம அளவு மக்கள் தொகையைக் காட்டிலும் அதிக அளவு மக்களைச் சேர்த்தால் அங்கே விளைவுக் குறைய நேரிடும். உத்தம மக்கள் தொகை மற்றக் காரணிகளோடு சேரும்போது உச்சச் சராசரி விளைவு ஏற்படும்.

உச்சச் சராசரி விளைவை உண்டாக்கும் உத்தம மக்கள் தொகைக்குக் குறைவாக மக்கள் தொகைக் காணப்பட்டால் அவர்களுக்குப் 'போதாத மக்கள்' என்றும் உச்சச் சராசரி விளைவை உண்டாக்கும் மக்களின் அளவுக்கு மேல் மக்கள் தொகை அதிகரித்து இருந்தால் அதற்கு எச்ச மக்கள் அல்லது மிகுதியான மக்கள் என்றும் கூறலாம்.

உத்தம மக்கள் தொகையை விட மக்கள் தொகை குறைவாகக் காணப்படும்போது அது போதாத மக்கள் தொகை என்று கூறுகிறோம். நாட்டின் இயற்கைச் செல்வங்களை முற்றிலுமாகப் பயன்படுத்த முடியாத அளவிற்கு மக்கள் தொகை இருக்கிறது. கனிவளங்கள் நிறைந்து காணப்படுகின்றன. ஆனால், மக்கள் தொகை குறைவாகவே காணப்படுகிறது. ஆகவே, மக்களின் தலா வருவாய் அதிகமாக இருக்கிறது. வருமானம் அதிகமாக இருப்பதால் வசதிகள் பல ஏற்படுகின்றன. மக்கள் தொகையும் வளரத் தொடங்குகின்றன. உத்தம அளவை விட மக்கள் தொகை அளவு அதிகரிக்குமானால் அதற்கு எச்ச மக்கள் தொகை என்று பெயர். மக்கள் தொகை அதிகமாக இருக்கிறது. உற்பத்திக் காரணிகள் அல்லது இயற்கை வளங்கள் குறைவாக உள்ளன. ஆகவே, மக்களின் வேலை வாய்ப்புகள் குறைகின்றன. தலா வருவாயும் குறைகின்றன. உத்தம மக்கள் தொகையை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

மேலே வரையப்பட்ட வரைபடத்தில் OX அச்சு மக்கள் தொகையையும் OY அச்சுத் தலா வருவாயையும் குறிக்கின்றன. ab வளைவுக் கோடு சராசரி உற்பத்தியைக் குறிக்கிறது. OM அளவு வரை மக்கள் தொகை கூடுகின்ற போது தலை வருவாய் (சராசரி உற்பத்தி) உயர்கின்றது. OM மக்கள் தொகையில் தலா வருவாய் PM ஆக உச்ச நிலையில் இருக்கிறது. இந்த மக்கள் தொகையே உத்தம மக்கள் தொகையாகும். மக்கள் தொகை OM அளவை விட அதிகமானால் தலா வருவாய் அதன் உச்சநிலையிலிருந்து குறையத் தொடங்கும்.



படம் 29

OM அளவுக்குக் குறைவாக உள்ள மக்கள் தொகைக்குப் போதாத மக்கள் தொகை என்று பெயர். OM அளவுக்கு மிகுதியாக உள்ள மக்கள் தொகைக்கு மிகுதியான மக்கள் தொகை என்று பெயர்.

உத்தம மக்கள் தொகை நிலையான ஒன்று அல்ல. உத்தம மக்கள் தொகை தலா வருவாய்க்கு ஏற்ப மாறுபடும். தலா வருவாய் அதிகமாகும் போது மக்கள் தொகையும் அதிகரிக்கும். தலா வருவாய் குறையும் போது மக்கள் தொகையும் குறையும். மேலும் மக்களின் பிறப்பு இறப்பு வீதத்திற்கு ஏற்ப உத்தம மக்கள் தொகை மாறி அமையும். ஒரு நாட்டின் மக்கள் தொகை எவ்வளவு என்பதை அறிய 'டால்டன்' என்பவர் ஒரு வாய்பாட்டை வகுத்துள்ளார்.

$$M = \frac{A-O}{O}$$

இதில் 'M' என்பது மக்கள் தொகையின் பொருத்தமின்மையைக் குறிக்கும். (Degree of Mal adjustment) குறிக்கின்றது. 'A' உண்மையான மக்கள் தொகையைக் குறிக்கின்றது. (Actual Population) 'O' உத்தம மக்கள் தொகையைக் குறிக்கின்றது. (Optimum Population) M நேர் கணியமாக (Pasitive Value) இருக்குமானால் மக்கள் தொகை மிகுதியாக இருக்கின்றது என்றும்; 'M' எதிர் கணியமாக இருக்குமானால் (Negative Value) மக்கள் தொகை போதாத மக்கள் தொகையாகும் என்றும் கூறுகிறார்.

எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நாட்டின் உத்தம மக்கள் தொகை 2000 இலட்சம் என்றும் உண்மையான மக்கள் தொகை 3000 இலட்சம் என்றும் எடுத்துக் கொள்வோமானுல்

$$O = 2000$$

$$A = 3000$$

டால்டனின் வாய்பாட்டுப்படி

$$M = \frac{A-O}{O} = \quad M = \frac{3000-2000}{2000} = \frac{1}{2}$$

இங்கே M நேர் கணியமாக இருப்பதால் அந்நாட்டின் மக்கள் தொகை மிகுதியானது என்று கூறலாம். (i.e. Over Population)

மால்தசின் மக்கள் தொகை கோட்பாட்டிற்கும், உத்தம அளவு மக்கள் தொகை கோட்பாட்டிற்கும் இடையே வேறுபாடு கள் பல உள்ளன.

1. மால்தசு மக்கள் தொகையை உணவு உற்பத்தியுடன் தொடர்பு படுத்திக் காட்டப்பட்டுள்ளது. ஆனுல், உத்தம அளவு மக்கள் தொகை உற்பத்தித் திறன், தலா வருவாய் இவைகளைத் தொடர்பு படுத்திக் கூறப்பட்டுள்ளது.

2. மால்தசின் மக்கள் தொகைக் கோட்பாடு மிகுதியான மக்கள் தொகையைப் பற்றியும் அவற்ருல் ஏற்படும் தீமைகளை யுமே கூறுகிறது. ஆனுல், உத்தம அளவு மக்கள் தொகை மிகுதியான மக்கள் தொகையை மட்டுமின்றி, போதாத மக்கள் தொகையைப் பற்றியும் (Under Population) அவைகளால் ஏற் படும் துன்பங்களையும் கூறுகின்றன.

3. மால்தசு நாட்டு வளர்ச்சியில் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத் தில் மட்டும் உள்ள மக்களைப் பற்றிக் கூறுகிருர். அதனுல் அவரது மக்கள் கோட்பாடு தேக்கக் கோட்பாடு (Static Theory) என்றும் உத்தம அளவு மக்கள் தொகை பல ஆண்டுகளாக வசிக்கும் மக்களைப் பற்றிக் கூறுவதால் அந்தக் கோட்பாடு இயக்க நிலைக் கோட்பாடு என்றும் கூறலாம்.

4. மால்தசு மக்கள் தொகை வளரும்போது உணவு உற் பத்திக் குறைந்துசெல் விளைவு விதிப்படி குறைந்து செல்லும் என்ருர். ஆனுல் உத்தம அளவு மக்கள் தொகைக் கோட்பாட்

டில் ஆலைத் தொழில் மட்டுமின்றி வேளாண்மைத் தொழிலிலும் உற்பத்தி ஒரு நிலை வரையிலும் வளர்ந்துசெல் விளைவு விதிப்படி வளர்ந்து பெருகுகிறது என்று கூறப்பட்டுள்ளது.

5. மால்தசின் கோட்பாடு மக்கள் தொகை அதிகரித்துள்ள நாட்டிற்குத்தான் பொருந்துகின்றது. உத்தம அளவு மக்கள் தொகைக் கோட்பாடு மக்கள் தொகை நிறைந்த நாடுகளுக்கு மட்டும் என்ற மக்கள் தொகைக் குறைந்த நாடுகளுக்கும் பொருந்தும்.

6. மால்தசு மனித இனம் நாட்டில் பெருகப் பெருக உணவு உற்பத்தியும் அதிகரிக்கும் என்று கூறினர். ஆனால், உத்தம மக்கள் தொகைக் கோட்பாட்டில் மக்கள் வாய்களுடன் மட்டுமின்றி இரு கரங்களுடனும் பிறக்கிறார்கள். ஆகவே, உற்பத்தியும் ஓரளவு வரை பெருகத்தான் செய்கிறது என்று கூறலாம்.

உத்தம மக்கள் தொகைக் கோட்பாட்டில் குறைகள்

உத்தம மக்கள் தொகைத் தலா வருவாய்க்கு ஏற்றபடி அமைகிறது. சராசரி வருமானத்தைக் கொண்டு உத்தம மக்கள் தொகை நிருணயிக்கப்படுகிறது. ஆகவே வருமானமற்ற மக்கள் தொகையைப் புறக்கணிக்கிறது.

1. அரசியல் சமுகத் துறையினரின் உத்தம அளவு வேறுபடலாம்.

2. தலா வருவாய் நாட்டின் முன்னேற்றம், தொழில் துறையில் வளர்ச்சி இவைகளினல் மாறிக் கொண்டே இருப்பதனல் உத்தம அளவு மக்கள் தொகையும் மாறிக் கொண்டே இருக்கும்.

3. ஒரு நாட்டின் உத்தம மக்கள் தொகையும், போதாத மக்கள் தொகையும் அளவிடுதல் இயலாத ஒரு செயலாகும்.

வேலைப் பகுப்பு
(Division of Labour)

ஆதி மனிதன் தன்னுடைய எல்லாத் தேவைகளையும் தன்னுடைய சொந்த முயற்சியினலேயே நிறைவு செய்து கொண்டான். நாளடைவில் எல்லாத் தொழிலிலும் ஒருவனே கவனம் செலுத்துவதனல் உண்டாகின்ற துன்பங்களை உணர்ந்து தன்னல் செய்யக் கூடிய வேலையில் மட்டும் தன் முழு கவனத்தை

யும் செலுத்தலானன். இவ்விதமாக விவசாயத் தொழில், மர வேலை செய்யும் தொழில் தட்டுமுட்டுச் சாமான்களை (Household Properties) உருவாக்குவது போன்ற பல தொழில்களில் ஒரு பொருளை முழுமையாகவே ஒரு தொழிலாளி செய்து வந்தான். எடுத்துக்காட்டாகத் துணி நெய்யும் தொழிலை எடுத்துக் கொள்வோமானல் பருத்தியிலிருந்து நூல் நூற்பது அந்நூல்களுக்குச் சாயம் இடுவது, பிறகு ஆடைகளாக நெய்வது போன்ற வேலைகளை எல்லாம் ஒரு தொழிலாளியே செய்து வந்தான். இவ்விதமாக ஒரு தொழிலை ஒரேயொரு தொழிலாளி செய்வதைத் 'தொழில் பகுப்பு' என்று கூறலாம்.

தற்காலத்தில் ஒரு தொழிலை முழுமையாக ஒருவன் செய்வதனல் உற்பத்திக் குறைகிறது. காலம் அதிகமாகச் செலவு செய்யப்படுகிறது என்று கருதி ஒரு முழு வேலையைப் பல பகுதிகளாகப் பிரித்து ஒவ்வொரு பகுதி வேலையும் ஒரு தொழிலாளி செய்ய ஆரம்பித்தான். ஒவ்வொரு பிரிவிலும் திறமை மிக்க உழைப்பாளர்கள் நியமிக்கப்பட்டார்கள். திறமை மிக்க தொழிலாளர்கள் ஒவ்வொரு பகுதியிலும் நியமிக்கப்படுவதால் வேலையில் சிறப்புத் தேர்ச்சி (Specialisation) அதிகமாகிறது. ஆகவே, திறமை வாய்ந்த தொழிலாளர்களால் ஒரு பொருள் முழுமையாகச் செய்யப்படுகிறது. நூல் நூற்பது ஒருவன், சாயம் இடுவது மற்ருெரு தொழிலாளி, ஆடை நெய்வது வேருெரு தொழிலாளி. உழைப்பாளர்கள் மீண்டும் மீண்டும் அதே வேலையில் ஈடுபடுவதால் அவர்கள் அவ் வேலையில் சிறப்புத் தேர்ச்சிப் பெற்றுவிடுகின்றனர். ஆகவே, குறைந்த காலத்தில் அதிகமானப் பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய முடிகிறது. இவ்விதமாக ஒரே தொழிலைப் பலர் பிரித்துக் கொண்டு செய்வது வேலைப் பகுப்பாகும் (Division of Labour).

ஒரு தொழிலில் சிறப்புத் தேர்ச்சி (Specialisation) பெறுவதற்காக எல்லா வேலைகளிலும் ஒரு தொழிலாளி ஈடுபடாமல் ஒரு குறிப்பிட்ட தொழிலில் மட்டும் ஈடுபடுகிருன். எடுத்துக்காட்டாகக் காலணி செய்யும் ஒரு தொழிலாளியை (Shoe Maker) எடுத்துக் கொள்வோம். அவன் காலணிகள் செய்வதில் மட்டுமே தன் கவனத்தைச் செலுத்துகிருன். மேலும் மேலும் அதே வேலையில் ஈடுபடுவதனல் அவன் தொழிலில் சிறப்புத் தேர்ச்சியும் பெறுகிருன். ஆகவே, குறைந்த நேரத்தில் அதிகமான காலணிகளைச் செய்கிருன். அத்தொழிலில் கிடைக்கும் வருமானத்தைக் கொண்டு தனக்குத் தேவையான உணவு, உடை போன்ற பொருள்களையும் வாங்கிக் கொள்கிருன். அவன் ஒரு

குறிப்பிட்ட தொழிலிலேயே தன் கவனத்தைச் செலுத்துகிறானே தவிர தனக்குத் தேவையான உணவு, உடை போன்றவைகளைப் பெறுவதற்காக விவசாயம், துணி நெய்தல் போன்ற வேலைகளிலும் ஈடுபடுவதில்லை. இவ்வாறாக ஒவ்வொரு மனிதனும் தன் திறமைக்கு ஏற்றபடி ஒரு தொழிலில் கவனம் செலுத்தி அதனால் கிடைக்கும் வருமானத்தைக் கொண்டு தனக்குத் தேவையான மற்றப் பொருள்களை வாங்கிக் கொள்கிறான்.

பெரிய தொழிற்சாலைகளில் ஒரு வேலையைப் பல பகுதிகளாகப் பிரித்து ஒவ்வொரு பகுதியும் ஒவ்வொரு தொழிலாளியிடம் ஒப்படைக்கப்படுகிறது. ஒரு பொருள் செய்வதற்குத் தேவையான சிறு சிறு பாகங்கள் செய்வதில் ஒவ்வொரு தொழிலாளியும் தன் முழுக் கவனத்தையும் செலுத்துகின்றான். எடுத்துக்காட்டாக மிதிவண்டி செய்யும் தொழிற்சாலையை எடுத்துக் கொள்வோமானால் சக்கரங்கள் (Wheels) அமைப்புச் சட்டம் (Frame) முன் விளக்குகள் (Head Lights) கைப்பிடிகள் போன்றவைகள் தனித்தனியே பல பிரிவுகளினால் உருவாக்கப்படுகின்றன. மற்றொரு பிரிவு இச் சாதனங்களை இணைத்து மிதி வண்டியாக உருவாக்குகின்றது. இவ்விதமாக ஒரு தொழிலைப் பல பிரிவுகளாகப் பிரித்துச் செய்வதற்கு வேலைப் பகுப்பு என்று பெயர்.

ஆடம் ஸ்மித் (Adam Smith) தன்னுடைய நூலில் தொழிலாளியின் உற்பத்தி சக்தியில் உன்னத முன்னேற்றமும், உழைப்பைப் பயன்படுத்துவதில் காணப்படும் சிறப்பான நுட்பத் திறமையும் கைத்திறமையின் தெளிவும் வேலைப் பகுப்பின் காரணமாகத் தோன்றுகின்றன என்று கூறியுள்ளார். மேலும் வேலைப் பாகுபாட்டினால் உண்டாகும் பலன்களை விளக்க ஒரு குண்டூசி செய்யும் தொழிலை எடுத்துக்காட்டியுள்ளார். இத் தொழிலில் கம்பியை இழுத்தல், நீட்டுதல், வெட்டுதல், தலை வைத்தல், கூராக்குதல், வெண்மையாக்குதல், காகிதத்தில் சொருகுதல் போன்ற பல வேலைகளைத் தனித்தனியாகச் செய்கின்றபொழுது தொழிலாளியும் சிறப்புத் தேர்ச்சி பெறுகின்றான். உற்பத்தியும் பெருகுகின்றது என்று கூறியுள்ளார்.

வேலைப் பகுப்பைப் பொதுவாக மூன்று வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவைகளில் சாதாரண வேலைப் பகுப்பு (Single Division of Labour) ஒன்றாகும். ஒரு தொழிலை வழிவழியாகச் (பரம்பரையாக) செய்வதேயாகும். தச்சு வேலை, மண்பாண்டங்கள் செய்யும் வேலை, விவசாய வேலை, நெசவு வேலை போன்றவை

கள் தோன்று தொட்டுப் பரம்பரைப் பரம்பரையாகச் செய்து வரப்படுகின்ற தொழில்களாகும். இதனைத் தொழில் வழி வேலைப் பகுப்பு (Division into Operations and Profession) என்றும் கூறு வார்கள். அல்லது சார்புடைத் தொழில் பகுப்பு (Functional Division of Labour) என்றும் கூறலாம்.

இரண்டாவதாகக் 'கலப்பு முறை வேலைப் பகுப்பு' (Complex Division of Labour) ; ஒரு தொழிலை அல்லது வேலையைப் பல பிரிவுகளாகப் பிரித்து ஒவ்வொரு பிரிவையும் ஒருவர் செய்து முடிப்பதற்குக் கலப்பு முறை வேலைப் பகுப்பு அல்லது பல பாகங் கள் கொண்ட வேலைப்பகுப்பு எனலாம். ஒரு பொருளை உருவாக்கு வதற்குத் தேவையான பல பாகங்களைப் பலர் செய்து, பின் ஒரு முழுப் பொருளாக உருவாக்குகிறார்கள். எடுத்துக்காட்டாகத் தையல் தொழிலில் துணியை வெட்டுவது, தைப்பது, பொத்தான் வைப்பது, தேய்ப்பது போன்ற பகுதிகளாகப் பிரித்து ஒவ்வொரு பகுதியிலும் திறமைமிக்க ஒருவன் செயல் படுகின்றான்.

மூன்றாவதாகத் தொழில் இடச்செறிவு (Location of Industries) ; மக்களுக்குத் தேவையான எல்லாப் பொருள்களையும் ஒரு நாடு தானே உற்பத்தி செய்ய முடியாது. அவ்வாறு உற்பத்தி செய்ய முயற்சிக்கும்போது நட்டமே அதிகமாகும். ஆகவே ஒவ் வொரு நாளும் அந்நாட்டில் எத்தொழில் குறைந்த செலவில் அதிகமான உற்பத்தியைத் தருகிறதோ அதையே மேலும் மேலும் அதிகரிக்கச் செய்து, அதைப் பிற நாடுகளுக்கு ஏற்று மதி செய்து, அதனால் கிடைக்கும் பணத்தைக் கொண்டு, அந் நாட்டிற்குத் தேவையான மற்றப் பொருள்களைப் பிற நாடுகளி லிருந்து பெற்றுக் கொள்ளலாம். இதனைத் தொழிலின் இடச் செறிவு அல்லது இடவாரி வேலைப் பகுப்பு என்று கூறலாம்.

வேலைப் பகுப்பின் நன்மைகள்

ஒருவேலையைப் பல பகுதிகளாகப் பிரித்துத் திறமை மிக்கப் பலர் செய்து முடிப்பதால் தொழிலாளர்களுக்கும், உற்பத்தித் துறைக்கும் பலவிதமான நன்மைகள் ஏற்படுகின்றன.

தொழிலாளிக்கு ஏற்படும் நன்மைகள்

வேலைப் பாகுபாட்டினால் அதிகமான தொழிலாளர்களுக்கு வேலை கிடைக்கிறது. முதலில் ஒருவரே செய்து வந்த வேலையைப் பல பகுதிகளாகப் பிரித்து ஒவ்வொரு பகுதியிலும்

ஒரு தொழிலாளியாகப் பலர் வேலை செய்ய இம்முறை உதவு கிறது. இதனால் வேலையில்லாத் திண்டாட்டம் குறைகிறது.

ஒவ்வொரு பகுதியிலும் தகுதியான, திறமை மிகுந்த ஆட்களையே அமர்த்துகிறார்கள். ஆகவே, அவனவன் திறமைக்கேற்ற வேலையைச் செய்ய முடிகிறது. தனக்கு மிகவும் விருப்பமான தொழிலையும் செய்ய வாய்ப்புக் கிடைக்கிறது.

அதே வேலையை மீண்டும் மீண்டும் ஒருவனே செய்வதால் அவ்வேலையில் அவனுக்குத் திறமை மேலும் மேலும் அதிகரிக் கின்றது. இதைச் சிறப்புத் தேர்ச்சி எனலாம்.

குறிப்பிட்ட ஒரே வேலையைச் செய்து கொண்டேயிருப்ப தால் அவ் வேலையின் நுணுக்கங்களை அறிந்து கொள்கிறான். ஆகவே, நேரத்தையும் முயற்சியையும் வீணாகச் செலவு செய் வதைக் குறைக்கிறான்.

குறிப்பிட்ட வேலையையே ஒருவன் செய்வதால் பல புதிய கண்டுபிடிப்புகளுக்கு வழி உண்டாகிறது.

தொழில் துறையில் ஏற்படும் நன்மைகள்

வேலைப் பாகுபாட்டினால் உற்பத்திப் பெருகுகிறது. தொழிலைப் பல பகுதிகளாகப் பிரித்து ஒவ்வொரு பகுதியிலும் திறமை மிக்க பல தொழிலாளர்கள் செயல்புரிவதால் உற்பத்தி பன்மடங்குகளாகப் பெருகுகின்றது. இதையே ஆடம்ஸ்மித் (Adam Smith) தன் நூலில் குண்டூசி செய்யும் தொழில் மூலம் தெளிவுபடுத்துகிறார். ஒருவனே இத் தொழிலில் ஈடுபடுவானே யானால் ஒரு நாளில் 20 குண்டூசிகளுக்கு மேல் அவனால் உற்பத்தி செய்ய முடியாதென்றும், அத் தொழிலைக் கம்பி இழுப்பது, வெட்டுவது, கூராக்குவது, கொண்டை வைப்பது போன்ற பல பிரிவுகளாகப் பிரித்து 10 தொழிலாளர்கள் வேலை யில் ஈடுபடும் போது 48000 குண்டூசிகள் உற்பத்தி செய்ய முடி யும் என்று கூறியுள்ளார்.

ஒருவரே எல்லா வேலைகளிலும் கவனம் செலுத்தும்போது காலமும் முயற்சியும் வீணாகிறது. வேலைப் பகுப்பு முறையினால் தகுதி வாய்ந்த திறமையுள்ள தொழிலாளர்களே நியமிக்கப் படுவதால் அவர்கள் சிறப்புத் தேர்ச்சி பெற்றவர்களாகவே இருக்கிறார்கள். ஆகவே, குறுகிய காலத்தில் அதிகமான பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய முடிகிறது. காலமும் முயற்சியும் மிச்சமாகிறது.

பல தொழிலாளர்கள் எல்லா வேலைகளிலும் ஈடுபட்டிருந்தார்களேயானால் ஒவ்வொருவருக்கும் ஒரு தொகுப்புத் துணைக் கருவிகள் (One set of tools) வீதம் தேவைப்படும். ஆனால், வேலைப் பகுப்பு முறையின்படி ஒரேயொரு தொகுப்புத் துணைக் கருவிகளே போதுமானது. ஆகவே, கருவிகளும் மிச்சப் படுத்தப்படுகிறது.

வேலைப் பகுப்பினால் உற்பத்திப் பெருகுவது மட்டுமின்றிப் பொருள்கள் நல்ல தரமுடையதாகவும் இருக்கும். திறமை மிக்க தொழிலாளர்கள் வேலை செய்வதால் பொருள்கள் நல்ல தரமுடையதாக அமைகின்றன.

வேலைப் பகுப்பினால் உற்பத்தி அதிகமாவதால் உற்பத்திச் செலவும் குறைகிறது.

வேலைப் பகுப்பினால் ஏற்படும் தீமைகள்

ஒரே வேலையை இடைவிடாது செய்வதினால் அவ்வேலையில் வெறுப்பும் அலுப்புத் தன்மையும் உண்டாகிறது. இதனால் அறிவு மங்கி களைப்புத் தோன்றுகிறது.

வேலைப் பாகுபாட்டினால் தன் முயற்சிக்கும் (initiative) அறிவுக்கும் (intelligence) வேலை கொடுக்க முடியாமல் போகிறது. ஒரு முழுப் பொருளை உண்டாக்கும் பெருமிதத்தை அவன் இழக்கிறான்.

ஒரு தொழிலைப் பல பகுதிகளாகப் பிரித்திருப்பதால் ஏதேனும் ஒரு பகுதியில் உண்டாகும் முடக்கத்தினால். ஒரு முழுப் பொருள் உருவாக்கப்படுவதே பாதிக்கப்படுகிறது.

ஒரு குறிப்பிட்ட பிரிவிலேயே தொழிலாளி திறமை வாய்ந்தவனாக இருப்பதினால் மற்ற வேலைகளைச் செய்ய தகுதியற்றவனாக ஆகிவிடுகிறான். எனவே, ஏதோ ஒரு காரணத்தினால் அவ் வேலையிலிருந்து விலக்கப்படும் போது பிற தொழில்களில் (குறுகிய காலத்தில்) ஈடுபட முடியாது.

பலர் சேர்ந்து ஒரு பொருளைச் செய்வதினால் உழைப்பாளிகளிடையே பொறுப்பு இல்லாமல் போகிறது.

வேலைப் பாகுபாட்டினால் ஏற்படும் தீமைகளைத் தொழில் நிறுவனங்களில் வேலை செய்யும் சூழ்நிலைகளைத் திருத்தி அமைப்பதாலும், தொழிலில் பங்கு தருதல் (Co-partnership

Agreements), இலாபப் பகிர்வு முறைகள் (Profit-sharing Schemes) போன்றவைகளாலும் தவிர்க்கலாம்.

தொழிலின் இடச்செறிவு
(Localisation of Industry)

பலவிதமான தொழில்கள் இருந்தும் ஓரிடத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட தொழில் மட்டும் குவிந்திருப்பதை நாம் காண்கிறோம். எடுத்துக்காட்டாகச் சணல் ஆலைகள் வங்காளத்திலும், பம்பாய், கோயம்புத்தூர் போன்ற இடங்களில் பருத்தி ஆலைகளும், பீகாரில் இரும்பு ஆலைகளும் கான்பூரில் காலணிகளின் தொழிற்சாலைகளும் குவிந்திருப்பதை நாம் குறிப்பிடலாம். இவ்வாறு ஒரே மாதிரியான பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் தொழில் நிறுவனங்கள் பல ஓரிடத்தில் செறிந்து காணப்படுவதே 'தொழிலின் இடச்செறிவு' (Localisation of Industries) எனப்படும். நமது மாநிலத்தையும் எடுத்துக் கொள்வோமானால் சிவகாசி தீப்பெட்டித் தொழிலிலும், காஞ்சிபுரம் பட்டாடைத் தொழிலிலும், பவானி சமக்காள உற்பத்தியிலும், தூத்துக்குடி உப்பு உற்பத்தியிலும் சிறந்து விளங்குவதை நாம் காண முடியும். இவ்வாறு ஓரிடத்தில் ஒரு பொருளைத் தயாரிக்கும் நிறுவனங்கள் பல இருப்பதற்குக் காரணம் அப்பொருளை அவ்விடத்தில் உற்பத்தி செய்வதால் பல நன்மைகள் இருப்பதேயாகும். மேலும் உற்பத்திக் காரணிகளைச் சிறந்த முறையில் இணைப்பதற்கும் அவ்விடம் வசதியாக இருக்கிறது. நாட்டில் நிலவளம், தொழிலாளர்களின் வளம், சாதனங்களின் வளம் இடத்துக்கு இடம் மாறுபடுகின்றன. இதனால் நிலவளம் அதிகம் தேவைப்படும் பொருள்களை நிலவளம் செழித்த பகுதிகளிலும் உழைப்பு அதிகம் தேவைப்படுகின்ற பொருள்களை உழைப்பாளிகள் நிறைந்த இடங்களிலும் உற்பத்தி செய்யலாம்.

தொழிற் செறிவின் காரணங்கள்

தொழிற் செறிவிற்குத் தட்ப வெப்பநிலை காரணமாக இருக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாகப் பருத்தி நூல் நூற்பதற்கு ஈரமான காற்று மிகவும் இன்றியமையாததாகும். கோயம்புத்தூர், பம்பாய் போன்ற இடங்கள் இதற்கு ஏற்றதாக அமைந்துள்ளன.

சில இடங்களில் உள்ள மண் சில உணவுப் பொருள்களின் உற்பத்திக்கு ஏற்றவாறு அமைந்துள்ளன. எடுத்துக்காட்டாகத் தஞ்சை மாவட்டத்தில் நல்ல வண்டல் மண் அமைந்திருப்பதால் நெல் விளைவிற்கு ஏற்றதாக இருக்கிறது. இராமநாதபுரம்

மாவட்டத்தில் கரிசல் மண் அதிகமாகக் காணப்படுவதால் பருத்தி விளைவிற்கு ஏற்றதாக இருக்கிறது.

கச்சாப் பொருள்கள் (Raw materials) அதிகமாகக் கிடைக்கக் கூடிய இடங்களில் தொழிற்சாலைகள் அதிகமாகக் காணப்படுவதுண்டு. எடுத்துக்காட்டாக வங்காளத்தில் சணல் அதிகமாகப் பயிராவதால் சணல் தொழிற்சாலைகள் அங்கு அதிகமாக அமைந்துள்ளன. பம்பாயிலும் அதன் சுற்றுப்புறங்களிலும் பருத்தி அதிகமாகப் பயிரிடுவதால் பம்பாயில் பருத்தி ஆலைகள் அதிகமாகக் காணப்படுகின்றன.

தொழில் நிறுவனங்களை இயக்குவதற்கு எண்ணெய், நிலக்கரி, மின்சக்தி போன்றவைகள் மிகவும் பயன்படுகின்றன. ஆகவே, இந்த இயக்கும் சக்திகள் கணிசமான அளவு கிடைக்கும் இடங்களில் தொழிற்சாலைகள் அதிகமாக அமைக்கப் படுகின்றன.

கச்சாப் பொருள்களை நுகர்வுப் பொருள்களாக மாற்றுவதற்கு இயந்திரங்கள் மட்டுமின்றித் தொழிலாளிகளின் உழைப்பும் தேவைப்படும். ஆகவே அதிக அளவில் ஆனால், குறைந்த கூலியில் அதிகமாகத் தொழிலாளர்கள் கிடைக்கும் இடத்தைப் பொறுத்தும் நிறுவனங்கள் அதிகமாக அமைக்கப்படுகின்றன.

உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்கள் எவ்வளவு வேகமாக விற்கப்படுகின்றதோ அதற்கு ஏற்றவாறு உற்பத்தியை அதிகரிக்கலாம். ஆகவே, விரைவில் விற்பதற்காக அங்காடிகளின் அருகிலேயே ஆலைகள் பல அமைந்திருக்கின்றன. ஆனால், தற்காலத்தில் போக்குவரத்து வசதிகள் மூலம் உற்பத்தி செய்யும் இடத்திலிருந்து அங்காடிகளுக்கு மிகவும் குறைந்த செலவில் மிக விரைவாகப் பொருள்களை எடுத்துச் செல்ல இயலும்.

போக்குவரத்து வசதிகள் அதிகம் நிறைந்த இடங்களில் தொழிற்கூடங்கள் குவிந்து காணப்படுகின்றன. கச்சாப் பொருள்களைப் பல இடங்களிலிருந்து தொழில் நிறுவனங்களுக்குக் கொண்டு வந்து சேர்ப்பதற்கும் உற்பத்தியானப் பொருள்களைச் (Finished Product) சந்தைகளுக்குக் கொண்டு செல்வதற்கும் போக்குவரத்து மிகவும் பயன்படுகின்றன.

தொழில் நிறுவனங்களை அமைப்பதற்கும் தொழிலைத் தடையின்றி நடத்துவதற்கும் நிதி வசதிகள் (Availability of Finance) மிகவும் அவசியமாகும். இதனால் நிதி வசதிகள் மிகுதியாகக்

கிடைக்கும் இடங்களில் தொழில் நிறுவனங்கள் அதிகமாகக் காணப்படுகின்றன.

குறிப்பிட்ட சில இடங்களில் நிறுவப்படும் நிறுவனங்களுக்கு அரசாங்கமே மூலதனம் போன்ற பல உதவிகள் செய்கின்றன. எனவே, அரசாங்க ஆதரவினுல் (State Patronage) கிடைக்கும் சலுகைகளைப் பெற ஒரு சில மாநிலங்களில் தொழில் நிறுவனங்கள் அதிகமாக அமைகின்றன.

தொழிற் செறிவின் நன்மைகள்

1. தொழில் செறிவின் வளர்ச்சியினுல் தொழில் நிறுவனங்கள் பல ஒரே இடத்தில் அமைவதால் சிறப்புத் தேர்ச்சி பெற்ற உழைப்பாளர்களும் அதிகமாகக் கிடைக்கின்றனர்.

2. தொழில் நிறுவனங்கள் பல ஒரே இடத்தில் அமைவதால் வங்கிகள், காப்புறுதி நிறுவனங்கள் (Insurance Company) துணைப் பொருள்கள் உருவாக்கும் நிறுவனங்களும் அவ்விடத்தில் உருவாகின்றன.

3. தொழில் பயிற்சிக் கூடங்களும், தொழிலைப் பற்றியப் பொதுவான ஆராய்ச்சி (Research) கூடங்களும் அமைக்கப்படுகின்றன.

4. பல தொழில் நிறுவனங்கள் ஒரே இடத்தில் அமைவதால் போக்குவரத்து வசதிகளும் வளர்ச்சி அடைகின்றன.

5. தொழிலாளர்கள் பலர் ஒரே இடத்தில் இருப்பதால் தொழிற் சங்கங்கள் அமைப்பதற்குத் தொழிற் செறிவு மிகவும் உதவுகின்றன.

6. ஒரே பொருளை உற்பத்தி செய்யும் பல தொழில் நிறுவனங்கள் ஓரிடத்தில் அமைவதால் நிறுவனங்களுக்கிடையில் போட்டி ஏற்படுகிறது. எனவே, பொருள்களின் தரத்தை அதிகரித்துக் குறைந்த விலையில் விற்க முயற்சி செய்கிருர்கள்.

தொழிற் செறிவின் தீமைகள்

1. தொழிலில் மந்தநிலை உண்டாகும்போது அத்தொழிலையே நம்பியிருக்கும் யாவரும் பாதிக்கப்படுகின்றனர்.

2. உழைப்பாளிகளின் தொகை மிகவும் அதிகமாக ஓரிடத்தில் காணப்படுவதால் குடியிருப்பு, தண்ணீர் வசதிகள் யாவும் கிடைப்பது மிகவும் கடினமாகும்.

3. ஒரு பொருளைப் பல தொழில் நிறுவனங்கள் உற்பத்தி செய்வதால் ஒரே வகையானத் தொழிலாளர்களுக்கு மட்டுமே வேலை வாய்ப்புக் கிடைக்கிறது.

4. ஒரே இடத்தில் பல நிறுவனங்கள் தோன்றுவதால் அவ் விடம் மட்டுமே முன்னேற்றமடைகிறது. ஆகவே, தொழில் நிறுவனங்களைப் பரந்த முறையில் அமைக்க வேண்டும்.

5. ஒரே இடத்தில் தொழில் நிறுவனங்கள் அனைத்தும் அமைவதால் இயற்கையின் மாறுதல்களினாலும் சண்டைகளினா லும் (War) பெரிதும் பாதிக்கப்படும்.

பேரளவு சிற்றளவு உற்பத்தி
(Large and Small Scale Production)

தொழில் முயல்வோன் ஒவ்வொருவனும் மிகவும் சிக்கன மான முறையில் பொருள்களை உற்பத்தி செய்து வருமானத்தை அதிகரிக்க முயற்சி செய்வான். உற்பத்திக் காரணிகளைத் தகுந்தபடி இணைத்து உற்பத்தியைப் பெருக்குகின்றான். உற் பத்தி உத்தம அளவு (Optimum Size) வரை வளரும். அதுவரை நிறுவனமும் வளர்ந்து வரும். அதற்குமேல் தொழில் முயல் வோன் நிறுவனத்தை வளரவிட மாட்டான். எனவே, ஒவ் வொரு தொழில் நிறுவனத்தையும் எடுத்துக் கொள்வோ மானால் உற்பத்தி அளவுகள் (Scales of Production) மாறுபடுகின் றன. பொதுவாக நிறுவனங்களின் உற்பத்தி அளவுகளைப் பேரளவு உற்பத்தி, சிற்றளவு உற்பத்தி என்று இரண்டு வித மாகப் பிரிக்கலாம்.

பேரளவு உற்பத்தி (Large Scale of Production)

வளர்ந்து வரும் சமுதாயத்தில் மக்களின் தேவை மிகவும் அதிகமாகவே இருக்கின்றது. மனித சமுதாயத்தின் தேவை களைப் பூர்த்தி செய்வதற்காகத் தொழில் நிறுவனங்களும் மிகுந்த முதலீட்டைக் கொண்டு அதிகமான அளவு பொருள்களை உற் பத்தி செய்கின்றன. மேலும் வேலைப் பகுப்பு, பொறியாட்சி (Mechanistion) சர்வாதீன (Monopoly) ஆசை, கூட்டுப் பங்குக் கம்பெனி, போன்றவைகளும் பேரளவு உற்பத்திக்குக் காரணங் களாகும்.

நன்மைகள்

ஒரு தொழில் நிறுவனம் உற்பத்தியை அதிகரிக்கின்ற பொழுது சில சிக்கனங்கள் ஏற்படுகின்றன. இதைப் பொருளியல்

வல்லுநர் மார்சல் (Marshall) அகச் சிக்கனங்கள் புறச் சிக்கனங்கள் என்று இரு வகைகளாகப் பிரிக்கின்றார்.

அகச் சிக்கனங்கள் (Internal Economics)

அகச் சிக்கனங்கள் ஒரு நிறுவனத்தின் தனி முயற்சியாலேயே உண்டாகின்றன. அகச் சிக்கனத்தைப் பொருளியல் வல்லுநர் மார்சல் 'உற்பத்தியில் ஈடுபட்டுள்ள வியாபாரத் தனி நிறுவனங்களின் அமைப்பையும் அவற்றின் நிர்வாகத் திறமையையும் சார்ந்ததாகும்' என்கிறார். (The internal economics are dependent on the resources of the individual houses of business, on their organisation and the efficiency of their management). அகச் சிக்கனங்களை ஐந்து விதமாகப் பிரிக்கலாம்.

1. நிதிச் சிக்கனங்கள் (Financial Economics)

பெரிய தொழில் நிறுவனங்கள் நிதி வசதிகளை மிகவும் எளிதாகப் பெற முடிகிறது. பெரிய நிறுவனங்களுக்கு வங்கிகள் குறைந்த வட்டி வீதத்தில் அதிக அளவு நிதி வசதிகளைச் செய்து கொடுக்கின்றன. மேலும், தனிப்பட்டவர்களிடமிருந்தும் நிதி வசதியை எளிதாகப் பெற்றுக் கொள்கின்றன. பெரிய நிறுவனங்களின் பங்குகளையும் (Shares) கடன் பத்திரங்களையும் மக்கள் வாங்குவதற்குத் தயாராக இருக்கிறார்கள். ஆகவே, சிற்றளவு உற்பத்தி நிறுவனங்களைக் காட்டிலும் பேரளவு உற்பத்தி நிலையங்கள் மிகவும் எளிதாக நிதி வசதிகளைப் பெறுகின்றன.

2. வாணிபச் சிக்கனங்கள் (Marketing Economics)

பெரிய தொழில் நிறுவனங்கள் தங்களுக்குத் தேவையான கச்சாப் பொருள்களை மொத்தமாக வாங்குவதனால் குறைந்த விலையிலேயே கிடைக்கின்றன. மேலும், சலுகைகள் பல கிடைக்கின்றன. தள்ளுபடி, விற்பனைக்குப் பின் சலுகைகள் (After Sale Service) போன்றவை கிடைக்கின்றன. மேலும், விற்பனையிலும் போக்குவரத்திலும் பல சலுகைகள் கிடைக்கின்றன. அதிக அளவில் பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதால் விற்பனைச் செலவு மிகவும் குறைவாகவே இருக்கிறது.

3. தொழில் நுணுக்கச் சிக்கனங்கள் (Technical Economics)

பெரிய தொழில் நிறுவனங்கள் திறமை வாய்ந்த இயந்திரங்களை அதிக விலை கொடுத்து வாங்கி நிறுவ முடிகிறது. திறமை வாய்ந்த இயந்திரங்களைப் பயன்படுத்துவதால் உற்பத்தி மேலும் அதிகரிக்கும்.

கழிவுப் பொருள்களைக் கொண்டு துணைப் பண்டங்களும் உற்பத்தி செய்யலாம்.

நுட்பமான வேலைகளை இயந்திரங்கள் உதவியினாலேயே எளிதாகச் செய்து முடிக்கலாம். எடுத்துக்காட்டாகக் கணக்கிடுகின்ற இயந்திரத்தைக் கூறலாம்.

பெரிய தொழில் நிறுவனங்களில் நுட்பமான இயந்திரங்களிலும் சக்தி வாய்ந்த இயந்திரங்களிலும் உழைப்பாளிகள் வேலை செய்வதால் அவர்களிடையே சிறப்புத் தேர்ச்சி அதிகமாகக் காணப்படுகிறது.

இடர்ப்பாட்டைப் பரவலாக்குவதால் நன்மைகள் (Risk—Spreading Economics)

பெரிய தொழில் நிறுவனத்தில் ஏற்படும் இடர்ப்பாட்டை (Risks) எளிதாகச் சமாளிக்க முடிகிறது. ஒரு பிரிவில் உண்டாகும் நட்டத்தை மற்றப் பிரிவுகளிலிருந்து கிடைக்கும் இலாபத்தினால் சரிக்கட்ட முடிகிறது. இடர்ப்பாட்டைப் பலவகைகளில் பரவலாக்கலாம். கச்சாப் பொருள்களையும், மூலப் பொருள்களையும் ஒரே இடத்திலிருந்து வாங்குவதற்குப் பதிலாகப் பரவலாக வாங்குவதனால் (Diversification of the sources from whics raw materials are bought) இடர்ப்பாட்டைத் தவிர்க்க முடியும். ஓரிடத்திலிருந்து கச்சாப் பொருள்கள் வரத் தாமதமாகும்போது, மற்ற இடங்களிலிருந்து வரும் கச்சாப் பொருள்களின் மூலம் இடர்ப்பாட்டைத் தவிர்க்கலாம். பலவிதமானப் பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதனால் (Diversification of Output) ஒரு பொருளின் உற்பத்தியினால் கிடைக்கக் கூடிய நட்டத்தை மற்றப் பொருள்கள் உற்பத்தி செய்வதால் கிடைக்கும் இலாபத்தில் சரிக்கட்டலாம். உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்கள் யாவும் ஒரே சந்தையில் விற்காமல் பல சந்தைகளில் விற்பதால் (Diversification of Market) ஒரு சந்தையில் ஏற்படுகின்ற நட்டத்தை மற்றச் சந்தைகளிலிருந்து கிடைக்கும் ஆதாயத்தினால் ஈடுகட்டலாம்.

புறச் சிக்கனங்கள் (External Economics)

தொழில் நிறுவனங்கள் பல ஒரே இடத்தில் அமைவதால் புறச் சிக்கனங்கள் உண்டாகின்றன. தொழில் செறிவினால் நிறுவனங்களுக்கு நலம் தரும் பல வசதிகள் தோன்றுகின்றன.

போக்குவரத்து வசதிகள் சாதகமாகக் கிடைக்கின்றன. திறமை மிக்கப் பயிற்சி பெற்ற தொழிலாளர்களும் அதிக அளவில் கிடைக்கின்றார்கள்.

ஒரே பொருளை உற்பத்தி செய்யும் பெரிய தொழில் நிறுவனங்கள் பல ஓரிடத்தில் அமைவதால் எல்லா நிறுவனங்களும் கூட்டாகச் சேர்ந்து ஆய்வுகள் நடத்தி (Research) நவீன முறைகளில் உற்பத்தியை அதிகரிக்க முடியும்.

நிறுவனங்கள் பல ஓரிடத்தில் அமைவதால் சந்தைகளின் நிலவரம், தொழில் நுணுக்க விவரங்கள், வியாபார சம்பந்தமான மற்றச் செய்திகள் ஆகியவற்றைத் தெரிந்து கொள்ள வசதியாக இருக்கின்றது.

பேரளவு உற்பத்தியின் குறைபாடுகள்

உற்பத்தி பெருகியதற்கு ஏற்றபடி மக்களின் தேவை (Demand) யும் அதிகரிக்க வேண்டும். இல்லாவிடில் உற்பத்தியின் அளவு பெருகி தேக்க நிலையும் அதனால் பொருளாதாரத்தில் மந்தமும் தோன்றலாம்.

உற்பத்தியின் அளவு பெருகி உள் நாட்டின் தேவை குறைந்திருக்கும்போது அயல் நாட்டுச் சந்தைகளில் இந் நிறுவனங்கள் தங்கள் பொருள்களை விற்க வேண்டிய நிலை ஏற்படுகின்றது.

பெரிய நிறுவனங்கள் பல ஓரிடத்தில் அமைந்து ஒரே விதமானப் பொருளை உற்பத்தி செய்வதால் நிறுவனங்களுக்குள்ளேயே கடும் போட்டிகள் (Competition) ஏற்படுகின்றன.

பேரளவு உற்பத்தி, தொழிற் சேர்க்கைகளுக்கும் (Combination) காரணமாக அமைகின்றது. தொழிற் சேர்க்கையின் மூலம் சர்வாதீனம் (monopoly) ஏற்படுகின்றது. சர்வாதீனம் பொதுமக்களின் நலன்களைப் பலவிதங்களில் பாதிக்கின்றது.

எல்லா நிறுவனங்களும் பெரிய அளவிலேயே அமைக்கப்படுவதால் நிதிவசதிகள் நினைத்த நேரத்தில் கிடைப்பதில்லை.

சிற்றளவு உற்பத்தி

பொருள்கள் யாவும் பெரிய நிறுவனங்களினால் உருவாக்கப்படுவதில்லை. ஒரு சில பொருள்களைத் தவிர ஏனைய பொருள்கள்

யாவும் சிறிய நிறுவனங்கள் மூலமே உருவாக்கப்படுகின்றன. போக்குவரத்துத் துறையிலும், வியாபாரத்திலும், சிற்றளவு நிறுவனங்கள் பல அமைந்திருக்கின்றன. உற்பத்திக் காரணிகள் தகுந்த அளவில் கிடைக்காததாலும் மக்களின் தேவை குறைவாக இருப்பதாலும் பேரளவு உற்பத்திச் சிக்கனங்கள் (economics of large scale production) அதிகமாக எதிர்பார்க்க முடியாமையாலும் இவ்வித சிற்றளவு நிறுவனங்கள் தோன்றுகின்றன. அயல் நாடுகளிலும் கூட இவ்வித நிறுவனங்கள் பல அமைந்துள்ளன. ஜப்பான், சுவிட்சர்லாந்து போன்ற நாடுகளை எடுத்துக் கொள்வோமானல் இவைகள் சிற்றளவு உற்பத்தியிலேயே பெரிதும் கவனம் செலுத்துகின்றன.

முதல் சேகரிக்க முடியாமை, நிர்வாகத்தில் ஒவ்வொரு விஷயத்திலும் முழுக் கவனம் வேண்டியிருத்தல், சுயேச்சையாக வாழவிரும்புதல் உற்பத்திக்குத் தேவையான சாதனங்கள் அதிகமாகக் கிடைக்காதிருத்தல் போன்ற காரணங்களினுல் நிறுவனங்கள் சிறிய அளவிலேயே அமைக்கப்படுகின்றன.

சிற்றளவு உற்பத்தியின் நன்மைகள்

சில பொருள்களைச் சிற்றளவு நிறுவனங்களின் மூலம்தான் உற்பத்தி செய்ய முடிகிறது. உதாரணமாகக் கயிறு திரித்தல், மண்பாண்டங்கள் செய்தல் போன்றவைகளில் தேவை மக்களிடையே குறைவாகவே இருக்கின்றன.

நுணுக்கமான தொழில்களையும் சிற்றளவில் மேற்கொள்வதே மிகவும் சிறந்ததாகும்.

பொருள்கள் சிறிய அளவிலேயே உற்பத்தி செய்வதால் மக்களின் விருப்பத்திற்கேற்ப (According to the fashion) பொருள்களை மாற்றி உற்பத்தி செய்ய வசதியாக இருக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாகத் துணி தைப்பவன் (Tailor) வாடிக்கைக்காரனின் விருப்பத்திற்கேற்றபடி துணியைத் தைப்பதனுல் திருப்தியையும் அதிக ஆதாயத்தையும் பெறுகிருன்.

சில பொருள்கள் விரைவில் அழிந்துவிடக் கூடும். எடுத்துக்காட்டாகக் காய்கறிகள், பழங்கள், பூ, இறைச்சி, தயிர் போன்றவற்றைப் பொறுத்தமட்டில் சிறிய அளவு நிறுவனங்களே சிறந்ததாகும்.

சிறு நிறுவனங்களில் ஏற்படும் இடர்ப்பாடுகளுக்கேற்ப தொழில் முயல்வோன் முடிவுகளை எளிதில் மாற்றி அமைக்க முடியும்.

தொழில் முயல்வோன் நிர்வாகத்தில் நேரடியாகவே கவனம் செலுத்த முடியும். ஆகவே, ஒவ்வொரு துறையிலும் கழிவு ஏற்படுவதைத் தவிர்க்க முடியும்.

பேரளவு உற்பத்தியைப் போல அல்லாமல் சிற்றளவு உற்பத்தியில் கச்சாப் பொருள்களின் சேதமும் மூலப் பொருள்களின் சேதமும், பொருள்களின் சேதமும் தடுக்கப்படும்.

தொழில் முயல்வோன் வாடிக்கைக்காரர்களிடம் மட்டுமன்றித் தொழிலாளிகளிடமும் நேர்முகச் சந்திப்பு வைத்துக் கொள்ளமுடிகிறது.

சில பொருள்கள் இயந்திரங்களினுல் உண்டாக்க முடியாது. உதாரணமாகக் கைவேலைகளால் உருவாக்கப்படும் பொருள்கள் (Artistic goods) சிற்றளவு நிறுவனங்களினுல் உருவாக்கப்படுகின்றன.

சிற்றளவு உற்பத்தியின் குறைகள்

சராசரி உற்பத்திச் செலவு அதிகமாகவே காணப்படுகின்றது. பேரளவு உற்பத்தியினுல் உண்டாகின்ற நன்மைகள் சிற்றளவு நிறுவனங்களுக்குக் கிடைப்பதில்லை. சிற்றளவு நிறுவனங்களில் முதலீடு சிறியதாகவே இருப்பதால் நிறுவனங்களை விரிவுபடுத்த முடிவதில்லை. எதிர்பாராத நிலையில் உண்டாகும் இடர்ப்பாடுகளைச் சிறிய நிறுவனங்களினுல் ஈடுகட்ட முடிவதில்லை. உற்பத்தியின் போது உண்டாகும் கழிவுப் பொருள்களைப் (waste materials) பொருள்களைக் கொண்டு துணைப் பொருள்களாக உருவாக்குவதற்குச் சிற்றளவு நிறுவனங்கள் முன்வருவதில்லை. பேரளவு நிறுவனங்களைப் போல நிதி வசதிகளை எளிதாகப் பெற முடிவதில்லை. இயந்திரங்களை அதிகமாகப் பயன்படுத்தக் கூடிய அனுகூலங்கள் இல்லாமல் போய் விடுகிறது.

முதல் (Capital)

முதல் அல்லது மூலதனம் என்ற சொல்லைக் கேட்டவுடன் ஒரு வியாபாரத்தையோ அல்லது ஒரு தொழிலையோ ஆரம்பிப்பதற்கும், நடத்துவதற்கும் பயன்படுத்தப்படுகின்ற பணத்

தையோ அல்லது பொருளையோ நாம் எண்ணுகிறோம். பொருளியலில் இது பல்வேறு வகைகளில் விளக்கப்படுகிறது.

பொருளியலில் வல்லுநர் 'ரிக்கார்டோ' உற்பத்திக்காகப் பயன்படுத்தப்படும் செல்வமே முதல்; உழைப்பை உபயோகப் படுத்துவதற்குத் தேவையான உணவு, உடை, பொறிகள், கச்சாப் பொருள்கள் போன்றவையும் இதில் அடங்கும் என்கிறார். வல்லுநர் 'மில்' (J. S. Mill) உற்பத்திக்குத் தேவையான இடம், காப்பு, கருவிகள் போன்றவற்றைப் பெருக்குவதற்கும், உற்பத்திக் காலத்தில் உழைப்பாளிகளுக்கு உணவளித்துக் காப்பதற்கும் உண்டாகின்ற செலவே முதலாகும் என்கிறார். 'சாப்மென்' (Chapman) என்பவர் முதல் ஒரு செலவாகும். அது வருமானத்தைத் தருகின்றது. அல்லது வருமானத்திற்கான உற்பத்தியைச் செய்ய உதவி புரிகிறது என்கிறார். மேலும், வருமானம் தரத்தக்க நிலம் தவிர, பிற செல்வம் யாவும் மூலதனம் என்றும் கூறுகிறார்கள். (Capital is that part of man's wealth, other than land which yields an income.

முதலும் நிலமும்

நிலம் இயற்கைத் தந்த ஒரு செல்வமாகும். ஆகவே, நிலத்தின் மொத்தப் பரப்பளவை மனிதன் முயற்சியால் அதிகரிக்க முடியாது. உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்காகப் பயன்படுத்தாத நிலத்தைப் பண்படுத்தி உற்பத்தி செய்யக் கூடிய நிலத்தின் அளவையே மனிதன் பெருக்க முடியும். ஆகவே, நிலத்தின் அளவு நிலையானது. (Supply of land is inelastic) முதல் மனிதனால் உருவாக்கக் கூடிய ஓர் உற்பத்திக் காரணியாகும்; அழிக்க கூடியதும் கூட நிலத்தைப் போன்று அல்லாமல் மாறக்கூடியது. (Supply of Capital is Elastic) முதல் அதன் விலைக்கேற்ப (வட்டி) ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்கு இடம் பெயர்ந்து செல்லக்கூடியது.

முதலும் செல்வமும்

எல்லா முதலும் செல்வமாகும். ஆனால், எல்லாச் செல்வமும் முதலாகாது. செல்வத்தை (பணத்தை) ஓர் உற்பத்திக் காரணியாக ஆக்கும்பொழுதுதான் அது முதலாகிறது. பணப் பையில் செல்வம் இருக்கும் வரை அது முதல் என்று சொல்ல முடியாது. மக்களுக்குத் தேவையான உணவுப் பொருள்களில் பணத்தைச் செலவு செய்தால் அது மூலதனம் என்று கொள்ளமுடியாது. (Producers Goods)

பணத்தை மூலதனப் பொருள்களாக மாற்றும் போது அது முதல் என அழைக்கப்படும். மக்களுக்குத் தேவையான உணவுப் பொருள்களை உற்பத்திச் செய்வதற்கு மூலதனப் பொருள்கள் மிகவும் தேவையாகும்.

முதலின் வகைகள்

1. நிலையான முதல் (Fixed Capital)

உற்பத்திக்குத் தேவையான இயந்திரங்களை வாங்குவதற்கும், அசையாச் சொத்துகளை (Fixed Assets) வாங்குவதற்கும் செலவாகிற முதலாகும். எடுத்துக்காட்டாகக் கட்டடங்கள், இயந்திரங்கள் கருவிகள் போன்றவைகளில் செலவழிகின்ற தொகைக்கு நிலையான முதல் என்று பெயர்.

2. சுழல் முதல் (Circulating Capital)

மீண்டும், மீண்டும் ஆளப்பட்டு, வரவும் போகவும் இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாகப் பணத்தைக் கொண்டு முதலில் கச்சாப் பொருள்கள் வாங்குவது, அதை நுகரும் பொருள்களாக மாற்றுவது, பின்பு அதைச் சந்தையில் விற்றுப் பணமாகத் திரும்பவும் மாற்றுவது, பிறகு அப்பணத்தினுல் கச்சாப் பொருள்கள் வாங்கி நுகரும் பொருளாக மாற்றுவது. இப்படியாகப் பணம் மாறி மாறி மறைந்து தோன்றும் முதலுக்குச் 'சுழல் முதல்' என்று பெயர்.

3. பணிச் செய் முதல் (Working Capital)

அன்றாடம் ஏற்படும் செலவுகளைச் சரிக்கட்டுவதற்காகவும், தொழில் நடத்துவதற்குக் கையிருப்பாக வைத்துக் கொள்ளும் பணத்திற்குப் 'பணிச் செய் முதல்' என்று பெயர். எடுத்துக்காட்டாக வண்டி வாடகைச் செலவு, வாடகை, மின்சாரச் செலவு இவைகளுக்காகப் பணமாக கையில் வைத்திருக்கும் முதல் பணிச் செய் முதலாகும்.

4. உருமாறும் முதல் (Floating Capital)

இதனை அசையும் முதல் என்றும் கூறுவது வழக்கம். பல வழிகளில் பயன்படுத்தப்படும் முதல் 'உருமாறும் முதல்' எனப்படும். எடுத்துக்காட்டாகக் கச்சாப் பொருள்கள் வாங்குவதற்குச் செலவு செய்வது 'உருமாறும் முதல்' எனப்படும்.

5. மீளா முதல் (Sunk Capital)

இந்த முதல் ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்திற்கு மட்டுமே பயன்படுத்தப்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக அச்சுப் பொறி

இயந்திரம் (Printing Machinery) ஒரே நோக்கத்திற்காகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

6. நுகர்வு முதல் (Consumption Capital)

உற்பத்திப் பணியில் ஈடுபட்டிருக்கும் தொழிலாளிகளுக்குக் கொடுக்கப்படும் சிற்றுண்டி போன்றவைகளுக்காகப் பயன்படுத்தப்படும் முதல். இதற்கு ஊதிய முதல் என்றும் பெயர். (Remuneratory Capital)

7. சமூக முதல் (Social Capital)

சமூக நலம் கருதி கட்டப்படும் பள்ளிகள், பூங்காக்கள், அணைக்கட்டுகள் இவைகளுக்குப் பயன்படுத்தப்படும் முதல் சமூக முதலாகும்.

8. துணை முதல் (Auxiliary Capital)

உழைப்பாளிகளுக்குத் துணையாக உழைப்பில் பயன்படுத்தப்படும், சிறிய கருவிகளை வாங்குவதற்காகப் பயன்படுத்தப்படும் முதல் துணை முதல் எனப்படும்.

9. தனியார் முதல் (Individual Capital)

தனி மனிதன் ஒருவன் தன் சொந்த முயற்சியினால் சேமித்து வைத்த பணத்தின் ஒரு பகுதியைக் கொண்டு ஒரு வாணிகம் தொடங்கினால் அது 'தனியார் முதலாகும்'.

10. நாட்டு முதல் (National Capital)

நாட்டிலுள்ள சமூக மூலதனமும், தனியார் மூலதனமும் சேர்ந்து ஒரு நாட்டின் முதல் எனப்படும்.

முதலின் சிறப்பியல்புகள்

1. உற்பத்திக்காக மிகவும் இன்றியமையாத உற்பத்திக் காரணி முதலாகும். முதலின்றி நிலத்தை உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்த முடியாது. உழைப்பாளியும் வேலை செய்ய முன் வர மாட்டான். பணமே உற்பத்தியின் மூலப் பொருள். மேலும், முதலை அதிகரிக்கும்போது உற்பத்தியும் அதிகரிக்கிறது.

2. முதல் என்பது மக்களின் சேமிப்பாகும். மக்கள் தங்கள் வருமானத்தை முழுவதும் செலவு செய்யாமல் ஒரு பகுதியைச் சேமித்து வைக்கிறார்கள். அதுவே, முதலாகும். இதையே பேராசிரியர் 'விக்செல்' (Wicksell) பல ஆண்டு காலமாகச் சேமித்து வைத்த ஒரு தொகுப்பே முதல் என்கிறார்.

3. முதல் என்பது ஒரு நிலையானதன்று. மாறக் கூடியது. இடம் விட்டு இடம் பெயரவும் செய்யும்.

உற்பத்தித் துறையில் முதலின் பணிகள்

பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு மிகவும் தேவையானது முதலாகும். இம் முதல் இல்லாவிடில் நிலம் வெறுமனே கிடக்கும். தொழிலாளர் உழைக்க மறுப்பார்கள். எனவே, உற்பத்திக்கு அச்சாணியாக அமைவது மூலதனம்.

தொழிலுக்குத் தேவையான மூலப் பொருள்களையும், கச்சாப் பொருள்களையும் வாங்க மூலதனம் மிகவும் தேவைப்படுகிறது.

உழைப்பாளிகளின் உடை, உணவு போன்றவைகளைச் சரிகட்டுவதும் மூலதனமே. ஆகவே, அவர்களது உழைப்புத் திறனும் அதிகமாகிறது.

உற்பத்தி முடிந்துப் பொருள்களை விற்பனையாகும் வரையில் தொழிலின் நடைமுறைச் செலவுகளைச் சரிகட்டுவதும் முதலேயாகும்.

முதலாக்கம் (Capital Formation)

செல்வத்தைச் சேமிப்பதால் உண்டாவதே முதலாகும். ஆனால், சேமிப்பு எல்லாம் முதல் என்று சொல்ல முடியாது. வருமானம் தரும் வேலையில் சேமிப்பைப் பயன்படுத்தும்போது தான், சேமிப்பு முதலாகிறது. முதலே ஒரு நாட்டின் உற்பத்திப் பெருக்கிற்குக் காரணமாக உள்ளது. மூலதனமே ஒரு நாட்டின் பொருளாதார முன்னேற்றத்திற்கு அடிப்படையாகும். எனவே, எதிர்காலத்தின் அதிக உற்பத்தியை மனத்தில் கொண்டு நிகழ் கால நுகர்ச்சியின் அளவைக் குறைத்தால் அல்லாது குறைக்கப் படும் பகுதி, சேர்க்கப்பட்டு மூலதனப் பொருள்களை உருவாக்குவதற்குப் பயன்படலாம். மண் வெட்டிப் பிழைப்பு நடத்துகின்ற ஒருவனை எடுத்துக் கொள்வோம். அவன் எவ்வளவு மண் வெட்டுகிறானோ அந்த அளவிற்குக் கூலி கிடைக்குமென்று வைத்துக் கொள்வோம். அவனிடமுள்ளது ஒரு பழைய மண்வெட்டி என்றும் வைத்துக் கொள்வோம். அவன் சம்பாதிக்கும் பணம் எல்லாம் நுகர்ச்சிக்காகச் செலவு செய்வானேயானால் அவனால் புதிய மண் வெட்டி வாங்க முடியாது. மாறாக வருமானத்தில் சிறிது பணம் சேமித்து வருபவனே சில நாட்களில் ஒரு

புதிய மண்வெட்டி அவனுல், அந்தச் சேமிப்புப் பணத்தின் மூலம் வாங்க முடியும். அதனுல் அதிக அளவு மண்ணும் வெட்ட முடியும்; கூலியும் அதிகமாகும். ஆகவே, மூலதனத்தை நிர்ணயிப்பது சேமிப்பாகும்.

சேமிப்பு

(1) சேமிப்புச் சக்தி (Ability to Save) (2) சேமிக்கும் விருப்பம் (Will to Save) சேமிப்பு வசதிகள் (Facilities to Save) ஆகியவைகளைக் கொண்டு அமைகிறது. ஒருவனுடைய சேமிக்கும் சக்தி அவனுடைய வருமானத்தையும், வாழ்க்கைத் தரத்தையும் பொருத்து அமைகிறது. அதிக வருமானம் பெறும் ஒருவன் குறைந்த வருமானம் வாங்குபவனைவிட மேலாகவே சேமிப்பான். ஒரு நாட்டின் சேமிப்புச் சக்தி அந்த நாட்டின் தலா வருவாயையே பொருத்து அமைகிறது. உயர்ந்த அளவுள்ள தலா வருவாயுள்ள நாடுகள் மற்ற நாடுகளைவிட அதிகமாகவே சேமிக்கின்றது. (A Country with high per Capita income can save more than a country with a per capita income). எடுத்துக்காட்டாக அமெரிக்க நாட்டின் சராசரி ஆண்டு வருமானம் ரூ. 9500 ஆனுல், இந்தியாவின் சராசரி ஆண்டு வருமானம் ரூ. 360 தான். ஆகவே, அமெரிக்க நாடு சேமிப்பு நிலையில் வளர்ந்துள்ளது.

ஒரு மனிதனிடம் சேமிக்கும் நோக்கம் பல காரணங்களினுல் உண்டாகலாம். (1) தன்னுடைய வாழ்க்கைக்குப் பின் தன்னுடைய குடும்பத்தினர் நல்ல நிலையில் வாழ வேண்டும் என்று கருதி ஒரு சிலர் சேமிப்பார்கள். (2) எதிர்காலத்தில் ஏற்படும் இன்ப துன்பங்களைச் சமாளிக்கச் சேமிப்பார்கள். (3) குழந்தைகளின் கல்வி, திருமணம் போன்றவைகளுக்காகச் சேமிப்பவர்கள் பலர் உண்டு. (4) தொழில் நிறுவனங்களில் மூலதனம் போடுவதற்காகச் சேமிப்பவர்களும் உண்டு. (5) அதிகமான வட்டி கிடைப்பதால் வங்கி முதலிய இடங்களில் சேமிப்பவர்களும் நாட்டில் உண்டு. (6) வாழ்க்கைத் தரத்தை (Standard of Living) உயர்த்துவதற்காகப் பணத்தைச் சிறிது சிறிதாகச் சேமிப்பவர்களும் இருக்கிருர்கள். (7) செல்வந்தர் என்று மற்றவர்களால் மதிப்பதற்காகப் பணத்தைச் சேர்த்து வைக்கலாம் சிலர். (8) ஒரு சில கஞ்சப் பிரபுக்கள் பணத்தைச் செலவு செய்யாமல் சேமித்து வைப்பதையும் காணலாம்.

சேமிக்கும் சக்தியும், விருப்பமும் மட்டும் இருந்தால் போதாது. சேமிப்பதற்கு வேண்டிய வசதிகளும் ஒருங்கே அமைய வேண்டும். சேமிப்பிற்குப் பாதுகாப்பு (Security) மிகவும் அவசியம். ஒருவன் சிறுகச் சிறுக சேமித்துக் கடைசியாகப் பாதுகாப்பு இல்லாமல் அத்தொகையை இழக்கக் கூடுமானுல் மிகவும் வருந்தத்தக்க ஒரு செயலாகும். (No one will sow for somebody else to reap) ஆகவே, தகுந்த பாதுகாப்பு இல்லையெனில் மக்கள் சேமிக்க முன்வரமாட்டார்கள். இரண்டாவதாக உயர்ந்த அளவு வட்டி மனிதனின் சேமிப்பை அதிகரிக்கின்றது. வட்டி உயர்ந்தால் சேமிப்பு உயரும். வட்டிக் குறைந்தால் சேமிப்பின் அளவும் குறையும். அடுத்தபடியாகத் தொகையைப் பாதுகாப்பாகச் சேமித்து வைப்பதற்கு வங்கிகள், முதலீட்டுக் கழகங்கள் (Investment Trust) போன்ற நிறுவனங்கள் அமைந்திருக்க வேண்டும்.

மேலே கூறப்பட்ட மூன்று விதமான காரணங்களால் மக்கள் தாங்களாகவே தங்கள் வருமானத்தின் ஒரு பகுதியைச் சேமித்தால் அதற்குத் தன்னிச்சைச் சேமிப்பு (voluntary Savings) என்று பெயர். அவ்வாறு அல்லாமல் அரசாங்கத்தின் கட்டாயத்தினுல் மக்கள் சேமிப்பார்களேயானுல் அதற்குக் கட்டாயச் சேமிப்பு (Forced Savings) என்று பெயர் வழங்கப்படும்.

இவ்வாறு சேமிக்கப்பட்டத் தொகையை மூலதனமாக மாற்றுவதற்கு முதலீடு எனப்படும். தொழில் முயல்வோர்கள் அல்லது அரசாங்கம், அல்லது முதலீட்டுக் கழகங்கள் இவ்வேலையை ஏற்று நடத்துகிருர்கள். ஆனுல், முதலீடு அதன் இறுதிநிலைத் திறனை ஒட்டியே நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.

மூலதனப் பெயர்ச்சி (Mobility of Capital)

உழைப்பைப்போல அல்லாமல் முதல் ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்கு எளிதாகப் பெயர்ந்து செல்லும். நாட்டின் ஓர் இடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்கோ அல்லது ஒரு நாட்டிலிருந்து மற்றொரு நாட்டிற்கோ முதல் பெயர்ந்து செல்வதைக் காணலாம். பொதுவாக மூலதனப் பெயர்ச்சி மூலதன இறுதி நிலை உற்பத்தித் திறன் (Marginal Efficiency) அல்லது மூலதன இலாபத் திறன் (Expected Profitability) முதலினுல் கிடைக்கும் வட்டி இவைகளையே பொருத்தது.

உள்நாட்டின் சேமிப்பை வைத்துத்தான் தொழில் நிறுவனம் அமைக்க முடியும் என்பது கிடையாது. தற்காலத்தில் உலக

வங்கி, பந்நாட்டுப் பண நிதி நிறுவனம் போன்றவைகளும் தொழில் நிறுவனங்கள் அமைப்பதற்கு உதவி புரிகின்றன. வெளிநாட்டின் முதலும் ஒரு தொழில் நிறுவனம் அமைக்க முதலீடாக அமையலாம்.

அமைப்பு

பண்டைக் காலத்தில் உற்பத்திக்குரிய சாதனங்கள் நிலம், உழைப்பு, முதல் என மூன்று காரணிகளாகக் கருதினர். ஏனெனில், பொதுவாக முதலுடையவனே ஒரு தொழிலை அமைத்துக் கொள்வதினுல் அமைப்பு உற்பத்திக்குரிய ஒரு சாதனமாகக் கருதப்படவில்லை. ஆனால், தற்காலத்தில் அமைப்பையும் உற்பத்திக் காரணியாகச் சேர்த்துக் கொள்ள வேண்டிய அவசியமுள்ளது. ஏனெனில், இவ்வமைப்பு அதிக சிக்கலுடன் கூடியதாயிருக்கிறது. பொருளின் தேவையைச் சரியாக நிருணயிக்க முடிவதில்லை. இவ்வளவுதான் தேவைப்படும் என்ற ஓர் உத்தேசத்துடன்தான் பொருள்களை உற்பத்தி செய்யவேண்டியதிருக்கிறது. மேலும், சந்தையில் என்னென்ன மாற்றங்கள் ஏற்பட்டுவிட்டன, ஏற்பட்டுக் கொண்டிருக்கின்றன, அல்லது ஏற்படப் போகின்றன என்பதையும் கவனிக்க வேண்டியுள்ளது. அது மட்டுமின்றி உற்பத்தி செய்யப்படப் போகின்ற பொருளுக்குத் தேவையான நிதியைத் திரட்டுவது, கூலியை நிர்ணயிப்பது, தொழிலாளிகளுக்கிடையே அவ்வப்போது ஏற்படும் சண்டைகளைத் தீர்த்துவைப்பது போன்ற பல வேலைகளையும் கவனிக்க வேண்டியுள்ளது. மேலும் நிலம், உழைப்பு, முதல் ஆகிய மூன்று உற்பத்திக் காரணிகளும் தனித்தனியே இயங்கி உற்பத்தியைப் பெருக்குவதில்லை. தொழிலமைப்பு இம் மூன்று உற்பத்திக் காரணிகளையும் சென்று சேர்த்து உற்பத்தியில் ஈடுபடச் செய்கிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட வீதத்தில் நிலம், உழைப்பு, முதல் போன்ற உற்பத்திக் காரணிகளைச் சேர்த்துச் செயல்படும் போதுதான் ஒரு பொருளை உருவாக்க முடிகின்றது. எனவே இவ்வுற்பத்திக் காரணிகளை ஒரு குறிப்பிட்ட வீதத்தில் அமைப்பதற்கு 'அமைப்பு' தேவைப்படுகின்றது. அந்த வேலையைச் செய்பவனுக்கு அமைப்பாளர் (Organiser) அல்லது தொழில் முயல்வோர் (Entreprener) என்று ஒருவனை நிருணயிக்க வேண்டியுள்ளது. முதலாளிக்கும் தொழில் முயல்வோனுக்குமிடையே வேறுபாடுகள் பல உண்டு. தொழில் முயல்வோன் எத்தன்மையான பொருளை உற்பத்தி செய்ய வேண்டும் என்பதை நிச்சயிப்பான். அப்பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு வேண்டிய உற்பத்திக் காரணிகளைத் தகுந்த வீதத்

தில் சேர்ப்பான். தான் உற்பத்தி செய்யப்போகும் பொருளின் உற்பத்திச் செலவு மிகவும் குறைந்து காணப்படுமாறு இருக்க உற்பத்திக் காரணிகளாகிய நிலம், உழைப்பு, முதல் போன்றவைகளைத் தகுந்த வீதத்தில் சேர்ப்பான். மேலும், உற்பத்திக்கு ஏற்ற இடம் எது என்றும், உற்பத்தி ஒரே இடத்தில் நடக்கவேண்டுமா அல்லது பல இடங்களில் நடக்க வேண்டுமா என்பதையும் நிச்சயிப்பான். உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்களை விற்பனைக்குக் கொண்டு செல்ல வேண்டிய ஏற்பாடுகளையும் செய்வான். பொருளின் விலை எப்போதுமே நிலையாக இருப்பதில்லை. ஏறி, இறங்கிக் கொண்டிருக்கும். எனவே, விலையிலேற்படும் உண்மையான மாறுதல்களுக்கும் எதிர்பார்க்கப்பட்ட மாறுதல்களுக்கும் இடையே வேறுபாடுகள் ஏற்படலாம். இதனால் தொழில் முயல்வோனுக்கு இலாபமோ அல்லது நஷ்டமோ ஏற்படக்கூடும். எனவே, தொழில் முயல்வோனுக்கும், முதலாளிக்கும் வேறுபாடுண்டு. தொழில் முயல்வோன் ஆபத்துகளை ஏற்றுக் கொள்கிறான். ஆனால், முதலாளி தொழிலில் ஏற்படக் கூடிய ஆபத்துகளை ஏற்றுக் கொள்வதில்லை. முதலாளி தன்னுடைய முதலை ஒரு நிலையான வட்டிக்கே கொடுக்க முயல்கிறான். எனவே, முதலுடையவனே தொழிலமைத்தாலும், முதல்வேறு அமைப்பு வேறாகும்.

சிலர், அமைப்புக்கும், உழைப்புக்கும் யாதொரு வேறுபாடுமில்லை. இரண்டும் ஒன்றுதான் என்று கூறுகின்றனர். உழைப்பைப் போன்றே அமைப்பும் ஒரு மூளை உழைப்புதான் என்பது இவர்கள் கருத்து. ஏனெனில், ஒரு தொழிலைப் பற்றிய அனைத்துக் காரியங்களையும் சிந்தனை செய்து செயல்பட வேண்டியுள்ளதால் இவ்வமைப்பும் ஓர் உழைப்பேயாகும் என்பது இவர்களுடைய உரையாகும். ஆனால், இக்கூற்று அவ்வளவு சரியானதென்று கூற முடியாது. ஏனெனில், மற்றப் பணிகளுடன் தொழில் ஏற்படும் ஆபத்துகளை ஏற்றுக் கொள்ளுவதும் தொழில் முயல்வோனின் அடிப்படை வேலையாகும் என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ளவேண்டும்.

எனவே நிலம், உழைப்பு, முதல் என்ற மூன்று உற்பத்திக் காரணிகளையும் ஒரு குறிப்பிட்ட வீதத்தில் உற்பத்திக்காகப் பயன்படுத்துவதே அமைப்பாகும். பண்டைக் காலத்தில் தனி மனிதனே அமைப்பாளனாகப் பணிப் புரிந்தான். அதன் பின் பொருளாதார விரிவினால் உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்காக இரண்டிற்கும் மேற்பட்டவர் சேர்ந்து கூட்டாகப் புதியதோர் அமைப்புத் தோன்றியது. அமைப்பின் பணிகள் அதிகமான

போது பலர் ஒன்று சேர்ந்து கூட்டுப் பங்கு நிறுவனங்களும் (Joint Stock Company) கூட்டுறவுச் சங்கங்களும் (Co-operative Societies) தோன்றின.

தொழில் முயல்வோன்

உற்பத்திக் காரணிகளாகிய நிலம், உழைப்பு, முதல் ஆகிய மூன்றினையும் ஒன்றாக இணைத்து உற்பத்தி செய்யத் தனி ஒருவன் முயல்வானேயானால் அவனைத் 'தொழில் முயல்வோன்' (Entrepreneur) என்று கூறுகிறோம். தொழில் முயல்வோன் தக்க வீதத்தில் இம் மூன்று காரணிகளையும் சேர்த்து உற்பத்தியைப் பெருக்குவான். தொழில் முயல்வோன் இலாபம் கருதியே பல பணிகளைச் செய்கிறான். தொழில் முயல்வோன் மிகவும் சிக்கனமான முறையில் உற்பத்திக் காரணிகளை இணைத்து இலாபத்தைப் பெருக்க முயல்வான். மேலும், எந்த அளவுவரை சிக்கனமான முறையில் உற்பத்தி செய்ய முடியுமோ அந்த உத்தம அளவு வரை (Optimum Size) நிறுவனத்தையும் வளரவிடுவான். இவ்வாறாக ஒரு நிறுவனத்தையும் சிறந்த முறையில் அமைப்பதற்குத் தொழில் முயல்வோன் மிகவும் முயற்சி செய்வான். பொதுவாக உற்பத்திக் காரணிகளாகிய நிலம், முதல், உழைப்பு யாவும் ஒருவனிடத்திலோ ஒரே இடத்திலோ கிடைப்பதன்று. தொழில் முயல்வோன் இவ்வுற்பத்திக் காரணிகளைப் பல இடங்களிலிருந்து கொண்டு வந்து ஓரிடத்தின் ஒரு குறிப்பிட்ட வீதத்தில் அதிக அளவு உற்பத்தியைக் குறைந்த செலவில் உற்பத்தி செய்கிறான். தொழில் முயல்வோனின் பணிகளைப் பல வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

எந்தவிதமான நிறுவனத்தை நிறுவ வேண்டும்; அதை எந் நிலையில் நிறுவினால் மிகவும் இலாபம் கிடைக்கும்; எந்த முறையில் உற்பத்திக் காரணிகளை இணைக்க வேண்டும்; என்ன பொருளை உற்பத்தி செய்வது, எவ்வாறு உத்பத்தி செய்வது, எவ்வளவு உற்பத்தி செய்வது போன்றவைகளை முடிவு செய்வது அமைப்பாளர்களின் முக்கியப் பணியாகும்.

மேலும், வேலையைச் செய்யத் தகுதி வாய்ந்த ஆட்களை வேலையில் சேர்க்கிறான். (He employs right men in the right job) எவ்வாறு உற்பத்தி செய்வது என்று விளக்கவும் செய்வான். மேலும், வேலையாட்கள் ஒழுங்காக வேலை செய்கிறார்களா என்றும் கவனித்துக் கொள்வான். உழைப்பாளிகளின் திறமைக்கும், ஆற்றலுக்கும் ஏற்றபடி வேலைகளைப்

பிரித்துக் கொடுத்து (Division of labour) உற்பத்தியின் அளவை உயர்த்த முயற்சியும் செய்கிறான். உற்பத்தியாளர்களிடம் ஒற்றுமையை உருவாக்குவதிலும் இவர் பொறுப்பு.

தொழில் தடங்களின்றி நடத்துவதற்கு மூலப் பொருள்களை யும், கச்சாப் பொருள்களையும், துணைப் பொருள்களையும் பெற் றுத் தருவதும் தொழில் முயல்வோனின் பணியாகும்.

பொருள்களை உற்பத்தி செய்த பின் அவைகளை ஒருங்காகக் கொண்டு போய் சந்தையில் விற்பதற்கும் துணையாக இருப்பவன் தொழில் முயல்வோன். விளம்பரம் செய்தல், தள்ளுபடி, கழிவு போன்ற செலவுகளை நிருணயிப்பதும் இவன் பணி.

கிடைக்கின்ற வருமானத்தை எந்தச் செலவுகளை முதலில் ஈடு செய்வது போன்றவைகளைத் தீர்மானிப்பதும் தொழில் முயல் வோனின் வேலைகளாகும்.

பொறியியல் துறையிலும், விஞ்ஞானத் துறையிலும் அவ்வப் போது தோன்றும் புதிய கண்டுபிடிப்புகளைத் தொழில் பயன் படுத்துதல், உற்பத்தி முறையில் மாற்றியமைத்தல் போன்றவை களும் இவருடைய பணியாகும்.

உற்பத்தியின் பெருக்கம் எதிர்காலத்தின் விலை மாற்றங் களைப் பொருத்ததாகும். ஆகவே, எதிர்கால விலையை ஊகித்து அதற்குத் தகுந்தபடி உற்பத்தியை மாற்றியமைக்க வேண்டும். இல்லாவிடில் நட்டமே கிடைக்கும். எனவே, தொழில் முயல் வோர் சந்தை நிலவரங்களைக் கவனித்துக் கொண்டே உற்பத்தி யில் செயல்பட வேண்டும். ஏனெனில், மக்களின் தேவையை யும் (Demand) பொருள்களின் அளவையும் (Supply) வைத்தே விலை நிருணயிக்கப்படுகிறது. எனவே, தொழில் முயல்வோன் உற்பத்தியை மக்களின் தேவைக்கு மேல் போகாமல் பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும்.

7. நிறைவுப் போட்டி
(Perfect Competition)

சந்தையில் பொருள்களை விற்போருக்கும், பொருள்களை வாங்குவோருக்கும் இடையே போட்டி உண்டாகின்றது. பொருள்களை வாங்குவோர்களிடையே பொருள்களைக் குறைந்த விலையில் பெறுவதில் போட்டி ஏற்படுகின்றது. பொருள்களை உற்பத்தி செய்வோர்களிடையே அவைகளை உற்பத்தி செய்வதிலும் விலையாக்குவதிலும் போட்டி உண்டாகின்றது. இப் போட்டிச் சூழலில் ஒரு தனி விற்பனையாளரோ அல்லது ஒரு தனி வாங்குபவரோ தன் விருப்பப்படி ஒரு பொருளின் விலையை மாற்றி அமைக்க முடியாத நிலைக்கு நிறைவுப் போட்டி (Perfect Competition) என்பது பெயர்.

நிறைவுப் போட்டிக்குள்ள நிபந்தனைகள்
(Conditions)

1. பொருள்களை விற்போரும் வாங்குவோரும் எண்ணிக்கையில் மிகுந்திருக்க வேண்டும்.

2. தனியொரு விற்போனே அல்லது வாங்குவோனே தன்னுடைய சொந்த முயற்சியினால் பொருளின் விலையில் குறிப்பிடத்தக்க மாற்றம் ஏதும் ஏற்படுத்த இயலாது இருக்கவேண்டும்.

3. சந்தையில் விற்கப்படும் பொருள்களின் தரத்திலோ அல்லது தன்மையிலோ வேறுபாடு இல்லாமல் ஒரே தன்மையுடையனவாய் (Homogeneons) இருத்தல் வேண்டும்.

4. உற்பத்திக் காரணிகளான நிலம், உழைப்பு, முதல், அமைப்பு ஆகியவை குறைந்த அளவு ஊதியம் தருகின்ற ஒரு தொழிலிலிருந்து உயர்ந்த அளவு ஊதியம் தருகிற தொழில்களை நாடி இடம் பெயர்ந்து செல்வதில் தடை ஏதும் இருக்கக் கூடாது.

5. பொருள் அங்காடியில் விலை எவ்வாறு நிலவுகின்றது என்பதை வாங்குவோரும் விற்போரும் நன்கு தெரிந்திருக்க வேண்டும். பொருளை வாங்குவோர் விலையை மட்டும் தெரிந்துக் கொள்வதன்றி மிகக் குறைந்த விலையில் பொருள்களை வாங்க முயற்சி செய்ய வேண்டும்.

6. புதிய நிறுவனங்கள் அத்தொழிலில் நுழையவும் அது போல பழைய நிறுவனங்கள் அத் தொழிலிலிருந்து விலகவும் தடையேதும் இருக்கக் கூடாது.

7. பொருளின்மீது வாங்குவோருக்கு விருப்போ, வெறுப்போ மாறுபடாமல் இருக்க வேண்டும். அப்பொழுது தான் எல்லா இடங்களிலும் ஒரே விலை நிலவ முடியும்.

8. போக்குவரத்துச் செலவு (Transport Cost) இருக்கக் கூடாது. போக்குவரத்துச் செலவுகள் இருக்குமேயானால் விலையில் வேறுபாடுகள் ஏற்படும். எனவே, விற்பனையாளர்கள் தங்கள் விருப்பம் போல ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்குத் தங்கள் பொருள்களை எடுத்துச் செல்ல விரைவும் மிகக் குறைந்த செலவும் உள்ள போக்குவரத்து வசதிகள் அமைய வேண்டும்.

தூயப் போட்டியும் (Pure Competition) நிறைவுப் போட்டியும் (Perfect Competition)

ஓர் அங்காடியில் நிறைவுப் போட்டி நிலவுவதற்கு மேலே பார்த்த 8 நிபந்தனைகளும் முக்கியமானவையாகும். ஒரே விலை நிலவ வேண்டும், தனிப்பட்ட ஒருவனால் இவ் விலையை மாற்றி அமைக்க முடியாது போன்ற மேலே விளக்கிய 8 நிபந்தனைகளையும் ஓர் அங்காடி கைக் கொள்ளுமேயானால் அங்கே ஏற்படும் போட்டிக்கு நிறைவுப் போட்டி என்று பெயர்.

மாறாக மேலே கூறிய 8 நிபந்தனைகளும் செயல்படாமல் (1) பொருள்கள் ஓரியல்பானவைகளாக இருக்கின்றன. (2) பொருள்களை வாங்குவோரும் விற்போரும் அதிகமாகக் காணப் படுகிறார்கள். (3) நிறுவனங்கள் தடையேதுமின்றி தொழிலில் நுழையவும் வெளியேறவும் முடியும். (4) ஒரு தனி மனிதனால் அங்காடியில் நிலவும் விலையை மாற்றி அமைக்க முடியாது. (5) அங்காடி முழுவதும் ஒரே விலை நிலவுகின்றன போன்ற நிபந்தனைகள் மட்டும் நிலவுமேயானால் அப்போட்டி தூயப் போட்டி (Pure Competition) எனப்படும்.

(எனவே, தூயப் போட்டி என்பது நிறைவுப் போட்டியை விட மிகவும் குறுகிய மேலும் குறைந்த அளவு நிபந்தனைகளைக் கொண்டதாகும்) என்று பொருளியல் வல்லுநர் சேம்பர்லின் (Chamberlin) கூறுகின்றார். (Pure Competition is a much simpler and less inclusive concept than perfect Competition).

நிறைவுப் போட்டியில் விலை நிர்ணயம்
(Pricing Under Perfect Competition)

தேவை, அளிப்பு இரண்டும் ஒரு பொருளின் விலையை நிர்ணயிக்கின்றன என்பது மார்சலின் அடிப்படைக் கருத்தாகும். தேவை மட்டும் ஒரு பொருளின் விலையை நிர்ணயிப்பதில்லை. அது போல அளிப்பு மட்டும் ஒரு பொருளின் விலையை நிர்ணயிப்பதில்லை. தேவை அளிப்பு இரண்டும் சேர்ந்தே விலையை நிர்ணயிக்கின்றன. துணியைக் கத்தரிப்பதற்குக் கத்தரிக் கோலின் இரு அலகுகளும் தேவைப்படும் என்று பொருளியல் வல்லுநரான மார்சல் கூறுகிறார்.

தேவை வாங்குவோர் பக்கமிருந்து உருவாகின்றது. பொருள்கள் வாங்குவோருக்குப் பயன்பாட்டைத் தருவதனால் அவர்களுடைய தேவை அப்பொருள்களினால் கிடைக்கும் பயன்பாட்டை அமைகின்றது. எனவே, வாங்குவோர் ஒரு பொருளுக்குக் கொடுக்கக் கூடிய விலை அப்பொருளினால் கிடைக்கும் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டையே பொறுத்துள்ளது. ஆனால், வாங்குவோர் பொருள்களுக்குக் குறைந்த விலை கொடுத்தே வாங்க முயலுகின்றனர். பொதுவாக விலை குறையும்போது வாங்குவோர் அதிகமானப் பொருள்களை வாங்குவார்கள். விலை அதிகமாகும்போது குறைந்த பொருள்களையே வாங்குவார்கள். எனவே, விலை அதிகரிக்கும்போது தேவை குறைகின்றது. விலை குறையும்போது தேவை அதிகரிக்கின்றது.

அளிப்பு விற்பவர் பக்கமிருந்து உருவாகின்றது. அதிக விலையில் அதிகமானப் பொருள்களை விற்பதற்கு இவர்கள் முயலுவார்கள். விற்போர் பொருளின் இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவு விலையைக் காட்டிலும் குறைவாக இருக்கும் வரையில் அப்பொருளை விற்பார்கள். இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவும், விலையும் சமமாகும் நிலையில் விற்போர் தங்கள் பொருள்களை விற்காமல் நிறுத்தி விடுகின்றனர்.

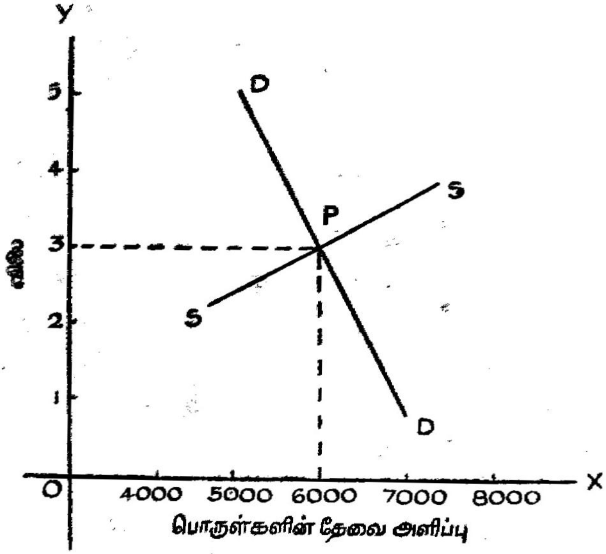
நிறைவுப் போட்டியில் தேவையும், அளிப்பும் எவ்வாறு விலையை நிர்ணயிக்கின்றன என்பதை ஓர் அட்டவணை மூலமும், வரைபடத்தின் மூலமும் அறியலாம்.

விலை (ரூபாய்)	தேவை (பொருள்கள்)	அளிப்பு (பொருள்கள்)
5	4000	8000
4	5000	7000
3	6000	6000
2	7000	5000
1	8000	4000

மேலே உள்ள அட்டவணைப்படி ரூ. 5 என்ற விலையில் வாங்குவோரின் தேவை 4000 பொருள்களாக இருக்கின்றன. ஆனால், பொருள்களின் அளிப்பு 8000 என்று இருக்கின்றது. ஆனால், விலை ரூபாய் 4 என்று குறையும்போது முதலில் உள்ளதைவிடத் தேவை அதிகரிக்கின்றது. அளிப்புக் குறைகின்றது. அதாவது தேவை 5000 பொருள்களாகவும் அளிப்பு 7000 பொருள்களாகவும் அமைகின்றன. விலை மேலும் குறையும் போது அதாவது ரூபாய் 3 ஆகும் போது பொருள்களின் அளிப்பும் தேவையும் சமமாகின்றன. இவ்விலையே சமநிலை விலையாகும். மேலும், விலை குறையுமானல் அதாவது ரூபாய் 2 எனக் குறையும்போது தேவை அதிகரிக்கின்றது. ஆனால், அளிப்புக் குறைந்து விடுகின்றது. ஏனெனில், சில விற்பனையாளர்கள் இவ்விலைக் கட்டுப்படியாகாததால் பொருள்கள் விற்பதை நிறுத்திவிடக் கூடும்.

விலைக் குறையும்போது தேவை அதிகமாகின்றது. விலை அதிகரிக்கும்போது தேவை குறைகின்றது. வாங்குவோர் பொருளின் விலையும் இறுதிநிலைப் பயன்பாடும் சமமாகும் வரையிலும் பொருள்களை வாங்குவார்கள். அளிப்பை எடுத்துக் கொள்வோமானல் விலை அதிகரிக்கும்போது அளிப்பு அதிகமாகின்றது. விலை குறையும்போது பொருள்களின் அளிப்பும் குறைகின்றது. மேலும், விலையும் இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவும் சமமாகும் போது பொருளின் அளிப்பை நிறுத்தி

விடுகின்றனர். எனவே, தேவை அளிப்பு இவை இரண்டுமே விலையை நிர்ணயிக்கின்றது. இதனை வரைபடத்தின் மூலமாகவும் விளக்கலாம்.

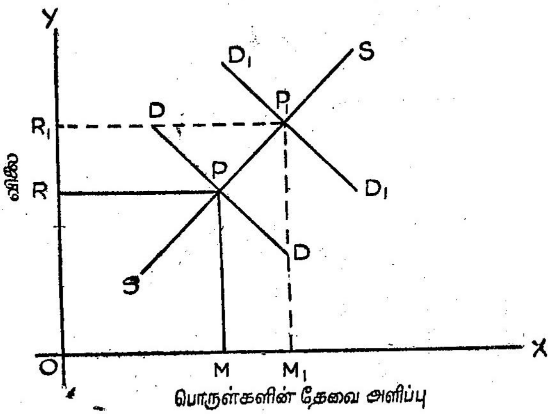


படம் 30

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சுப் பொருள்களின் தேவை அளிப்பையும் OY என்ற அச்சுப் பொருள்களின் விலையையும் குறிக்கின்றன. DD என்ற கோடு பொருளின் தேவைக் கோடு. SS என்பது அளிப்புக் கோடு. இக் கோடுகள் இரண்டும் P என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. எனவே, ரூபாய் 3 சமநிலை விலையாகும். இவ் விலையில் விற்போரின் அளிப்பும் வாங்குவோரின் தேவையும் 6000 பொருள்களாகும்.

தேவைக் கோடும் அளிப்புக் கோடும் தேவை அளிப்பு இவைகளின் செயலுக்கேற்ப மாறுபடக்கூடியனவாகும். இவ்வாறு தேவைக் கோடும் அளிப்புக் கோடும் மாறுபடும் போது சமநிலை விலையும் வேறுபடும். எடுத்துக்காட்டாக வாங்குவோரின் தேவை மட்டும் அதிகரிக்கின்றது என்று வைத்துக் கொள்வோம். அப்பொழுது சமநிலை விலையும் மாறுபடுகின்றது. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.

தேவையும் அளிப்பும் P என்ற புள்ளியில் சமமாகும்போது PM (அல்லது OR) என்பது சமநிலை விலையாக இருந்தது. இவ் விலையில் OM பொருள்கள் சமநிலைத் தேவை அளிப்புப் பொருள்



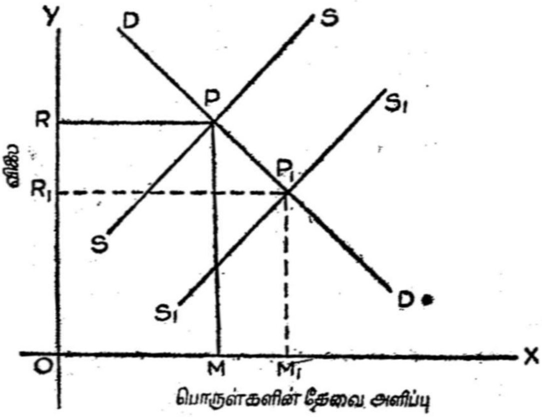
படம் 31

களாக விளங்கின. ஆனால், அளிப்பு மாறாமலிருந்து தேவை மட்டும் அதிகரிக்கும் போது தேவைக் கோடு DD என்பது D_1 D_1 என்ற கோடாக மேலே காட்டப்பட்டுள்ளது. எனவே, புதிய தேவைக் கோடும் அளிப்புக் கோடும் P_1 என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. எனவே, OR_1 என்பது புதிய சமநிலை விலை யாகும். தேவை அதிகரிப்பதனால் சமநிலை விலையும் அதிகரித் துள்ளது.

தேவை மாறாமலிருந்து அளிப்பு அதிகரிக்கும்போதும் சம நிலை விலையில் மாற்றம் ஏற்படுகின்றது. அளிப்பு அதிகரிக்கும் போது சமநிலை விலைக் குறையத் தொடங்கும். இதையும் ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

அளிப்பு மட்டுமே அதிகரிப்பதனால் அளிப்புக் கோடு S_1 S_1 என்ற கோடாகக் காண்பிக்கப்பட்டுள்ளது. இப்புதிய அளிப்புக் கோடு தேவைக் கோட்டை P_1 என்ற புள்ளியில் சமமாக்கு வதனால் சமநிலை விலை OR_1 ஆகும். எனவே, தேவை மாறாத போது அளிப்பு அதிகரிக்குமானால் அதன் சமநிலை விலைக் குறையும்.

எனவே, பொருள்களின் விலை அவைகளின் தேவை அளிப்பு இவைகளைப் பொருத்துள்ளது. ஆனால், தேவையும்



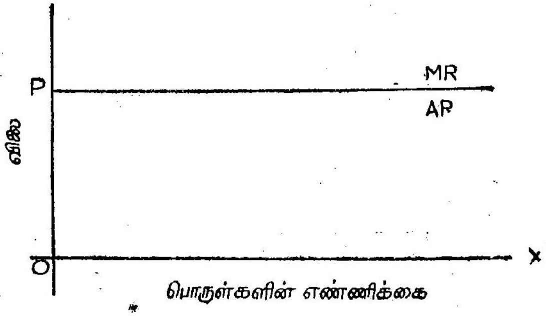
படம் 32

அளிப்பும் எடுத்துக் கொள்வோமானால் பல காரணிகளினால் பாதிக்கப்படுகின்றன. மக்களின் வருமானம், நுகர்வோரின் மாற்றம் போன்றவைகளின் வேறுபாட்டினால் தேவை மாறு படுகின்றது. பொருளின் அளிப்பு உற்பத்திச் செலவை ஒட்டி அமைகின்றது. பொதுவாக இக் காரணிகள் எல்லாம் தேவை அளிப்பு என்று இரு பிரிவுகளாகத் தலையெடுத்து விலையை நிர்ணயிக்கின்றன.

நாம் இப்பொழுது ஒரு தனிப்பட்ட நிறுவனத்தை எடுத்துக் கொண்டு அது எவ்வாறு நிறைவுப் போட்டியில் செயல்படுகிறது என்பதை அறிவோம். நிறைவுப் போட்டியில் ஒரு தனி நிறுவனம் தன்னுடைய முயற்சியினால் பொருளின் விலையை மாற்ற முடியாது. குறிப்பிட்ட விலையில் எவ்வளவு பொருள்களை வேண்டுமானாலும் விற்கலாம். ரூபாய் 5 விலையில் 1000 பொருள்களை விற்பவனால் 2000 பொருள்களையும் அதே விலை யாகிய ரூபாய் 5-ல் விற்க முடிகின்றது. எனவே, நிறைவுப் போட்டியில் இறுதிநிலை வருவாய் (Marginal Revenue) சராசரி வருவாயும் (Average Revenue) சமமாக இருக்கும். இதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

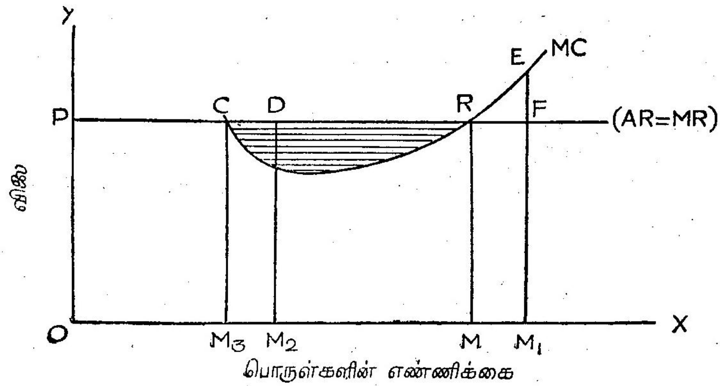
எவ்வளவு பொருள்கள் விற்றாலும் நிறைவுப் போட்டியில் தொழில் நிறுவனத்தின் கோடு படுகிடைக் கோடாகவே அமை

கின்றது. ஏனெனில், இறுதிநிலை வருவாயும் சராசரி வருவாயும் விலையும் சமமாக இருக்கின்றன.



படம் 33

நிறைவுப் போட்டியில் ஒரு நிறுவனம் அதிகமானப் பொருள்களை உற்பத்திச் செய்து உச்ச இலாபம் பெற்றுச் சமநிலையில் இருப்பதற்கு இரு சூழ்நிலைகள் அமையவேண்டும். முதலாவதாக இறுதிநிலைச் செலவும் இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாக இருக்கவேண்டும். இரண்டாவதாக இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடு இறுதிநிலை வருவாய்க் கோட்டைக் கீழிருந்து வந்து வெட்ட வேண்டும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.



படம் 34

வரைபடத்தில் சராசரி வருவாயும், இறுதிநிலை வருவாயும் விலையும் ஒரே அளவாய் இருக்கின்றதால் தேவைக் கோடு

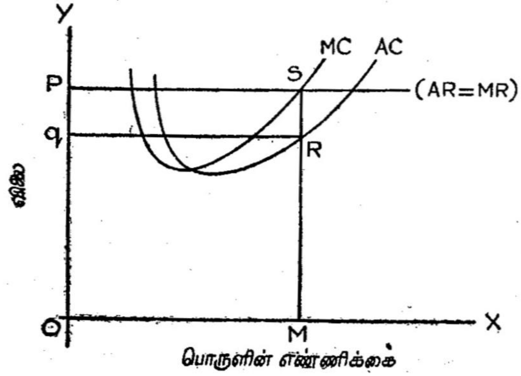
படுகிடைக் கோடாக உள்ளது. வரைபடத்தில் MC என்பது இறுதிநிலைச் செலவுக் கோட்டைக் குறிக்கின்றது. இது விளைவு விதியைப் பின்பற்றுகின்றது. அதாவது உற்பத்தி வளர்ந்து செல் விளைவு விதிப்படி அதிகரிக்கும்போது இறுதிநிலைச் செலவு குறைந்து சென்று பின்பு உற்பத்தி குறைந்துசெல் விளைவு விதிப்படி குறையும்போது இறுதிநிலைச் செலவு அதிகரிக்கின்றது.

வரைபடத்தின்படி ஒரு நிறுவனம் OM பொருள்களைத் தயாரிக்கும்போது அது உச்ச இலாபத்தை அடையும். ஏனெனில், OM பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய உண்டாகின்ற செலவு OPCSRM ஆகும். ஆனால், OM பொருள்களினால் கிடைக்கும் வருவாய் OPCSRH ஆகும். எனவே, அந்நிறுவனம் OM பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதனால் CSR அளவு உச்ச இலாபம் கிடைக்கின்றது. இவ்வாறு உச்ச இலாபம் கிடைப்பதற்குக் காரணம் அந்நிறுவனத்தின் இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவும் OM அளவு பொருள்கள் உற்பத்தி செய்வதனால் சமமாகின்றன. மேலும், OM பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யும் போதே இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடு இறுதிநிலை வருவாய்க்கோட்டைக் கீழிருந்து மேல்நோக்கி வந்து வெட்டுகின்றது. OM_3 அளவு பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யும்போது இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடு மேலிருந்து கீழ்நோக்கி வெட்டுவதனால் இலாபம் கிடைப்பதில்லை.

பொருள்களின் உற்பத்தி OM_1 என்று அதிகரிக்கும்போது இறுதிநிலை வருவாய் M_1F ஆகும். ஆனால், இறுதிநிலைச் செலவு M_1E ஆகும். இறுதிநிலைச் செலவே அதிகமாக இருக்கின்றது. உற்பத்தியை OM_2 என்று குறைக்கும்போது CDS அளவே இலாபம் கிட்டுகின்றது. எனவே, OM அளவு பொருளை ஒரு நிறுவனம் உற்பத்தி செய்வதனால்தான் உச்ச இலாபம் ஈட்ட முடியும்.

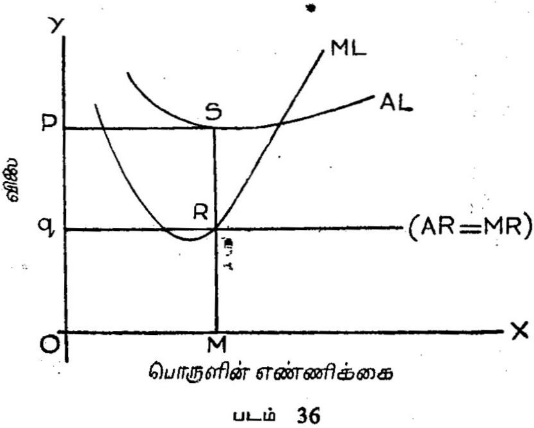
நிறைவுப் போட்டியில் புதிய நிறுவனங்கள் புகவும் பழைய நிறுவனங்கள் விலகவும் தடை ஏதும் இல்லை. எனவே, மிகுதியாக இலாபம் இருக்கும்போது புதிய நிறுவனங்கள் தொழிலில் ஈடுபடும். அதுபோல தொழிலில் இயல்பான இலாபத்துக்குக் கூட வழியில்லாதபோது நிறுவனங்கள் அத்தொழிலை விட்டு விலகும். இதனை வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

வரைபடத்தில் OM அளவு பொருளை உற்பத்தி செய்யும் போது இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாக இருக்கின்றன. இந்நிலையில் சராசரி செலவு RM அளவே



படம் 35

ஆகும். ஆனல், சராசரி வருவாய் SM ஆகும். எனவே, OP விலையில் OM அளவு பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதால் PQRS அளவு இலாபம் கிடைக்கின்றது. இதனல் புதிய நிறுவனங்கள் தோன்றலாம். எனவே, நிறுவனங்களின் எண்

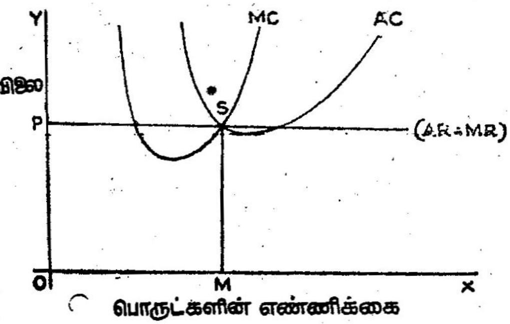


படம் 36

ணிக்கை அதிகரித்துப் பொருளின் அளிப்பு அதிகரிக்கின்றது. ஆகவே, விலை குறையும். ஆகையால் இலாபம் மறைய ஆரம்பிக்கும் இதனைக் கீழே உள்ள வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.

விலை OQ என்று இருக்கும்போது இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாக இருக்கின்றன. இந்நிலையில் OM பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு ஏற்படும் சராசரிச் செலவு SM அளவு ஆகும். எனவே, PQRS நட்டம் ஏற்படுகிறது. இதனால் சில நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்தியைக் குறைத்துக் கொள்ளுகின்றன.

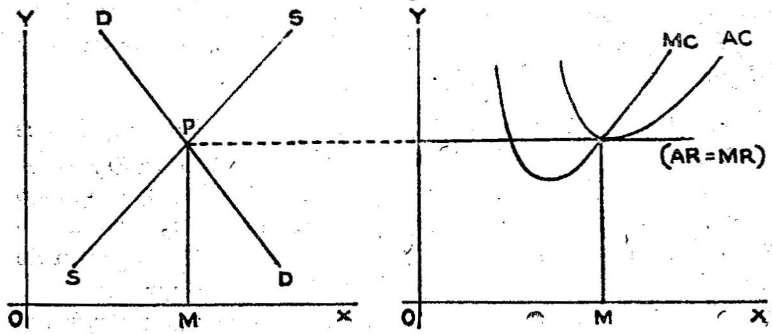
இவ்வாறு நிறுவனங்கள் குறைவதனாலோ அல்லது உற்பத்தியைக் குறைப்பதனாலோ நட்டம் மறைந்து நெடுங்காலத்தில் சராசரி வருவாயும் சராசரிச் செலவும் சமமாகும். நெடுங்காலத்தில் புதிய தொழில் நிறுவனங்கள் தொழிலில் புகுவதனால் உச்ச இலாபம் (இயல்பு கடந்த இலாபம்) மறைந்து விடுகின்றது. அதேபோல நிறுவனங்கள் வெளியேறிவிடுவதனால் நட்டத்தையும் தவிர்க்க முடிகின்றது. எனவே, நெடுங்காலத்தில் எல்லா நிறுவனங்களும் இயல்பான இலாபத்தை (Normal Profit) அடைவதற்கு முடிகின்றது. ஏனெனில், நெடுங்காலத்தில் நிறுவனத்தின் இறுதிநிலைச் செலவும் இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாவது மட்டுமின்றி சராசரி செலவும் சராசரி வருவாயும் விலையும் சமமாகின்றன. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.



படம் 37

எனவே, நிறைவுப் போட்டியில் ஒரு நிறுவனம் சமநிலை எய்த வேண்டுமானால் அந்நிறுவனத்தின் சராசரிச் செலவு, சராசரி வருவாய், இறுதிநிலைச் செலவு, இறுதிநிலை வருவாய் ஆகிய நான்கும் சமமாக இருக்க வேண்டும். மேலே உள்ள வரைபடத்தில் இந்நான்கும் S என்ற புள்ளியில் சமமாவதை நாம் அறியலாம்.

எனவே ஒரு தொழில் நிறுவனம் அங்காடியில் பொருள்களின் தேவை அளிப்பு இவைகளினால் நிர்ணயிக்கப்படுகிற விலைக்கு ஏற்றபடி தன்னுடைய உற்பத்தியைச் சரிக்கட்டிக் கொள்ளுகின்றது. அவ்வாறு உற்பத்தியைச் சரி செய்து கொள்ளும்போது அந்நிறுவனத்தின் இறுதிநிலை வருவாயும், இறுதிநிலைச் செலவும், சராசரி வருவாயும், சராசரி உற்பத்திச் செலவும் சமமாக இருக்குமளவில் உற்பத்தியைப் பெருக்குகின்றன. இந்நிலையில் அந்நிறுவனம் இயல்பான இலாபத்தையும் அடைய முடியும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.



படம் 38

அங்காடியில் PM விலை நிலவும்போது தொழில் நிறுவனம் தன்னுடைய உற்பத்தியின் அளவை OM, பொருள்களில் நிறுத்திக் கொள்ளும். ஏனெனில் OM, பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யும்போது அதன் இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவும் சராசரி வருவாயும் சராசரிச் செலவும், சமமாகின்றன. இந்நிலையில் PM விலையின் மூலம் இயல்பான இலாபம் தொழில் நிறுவனம் பெற முடியும்.

விலைக் கோட்பாட்டில் காலக் கூறின் சிறப்பு

(Element of time in Price Theory)

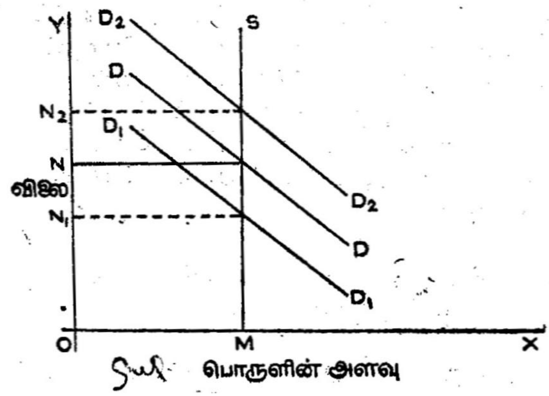
விலையைப் பொருள்களின் அளிப்பு, தேவை மட்டுமின்றிக் காலத்தின் மாற்றமும் நிர்ணயிக்கின்றது. பொருளியல் வல்லுநரான மார்சல் காலத்தை நான்கு பகுதிகளாகப் பிரிக்கலாம் என்கின்றார். அவர் கருத்துப்படி (1) மிகக் குறுங்காலம் (Very Short Period) (2) குறுங்காலம் (Short Period) (3) நெடுங்

காலம் (The Long Period) (4) மீக்க நெடுங்காலம் (The Secular Period) போன்றவைகளாகும். ஒவ்வொரு காலத்திலும் விலை எவ்வாறு நிர்ணயிக்கப்படுகின்றது என்று இனிக் காண்போம்.

மிகக் குறுங்காலம்

மிகக் குறுங்காலம் என்பது ஒரு நாளையோ, இரு நாள்களையோ குறிக்கும். காலம் மிகவும் குறுகியதாக இருப்பதனால் தேவைக்கு ஏற்ப அளிப்பை மாற்ற முடிவதில்லை. குறுகிய காலத்தில் அளிப்பின் அளவு நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்கும். எனவே, தேவை அதிகரிக்கும்போது அதற்கேற்ப மிகக் குறுங் காலத்தில் அளிப்பை அதிகரிக்க முடிவதில்லை. எனவே, விலை முழுக்க முழுக்கத் தேவையைச் சார்ந்துள்ளது. தேவை அதிகரிக்கும்போது விலையும் அதிகரிக்கின்றது.

எடுத்துக்காட்டாக மீன், பால் இவைகளின் அளிப்பை மிகக் குறுகிய காலத்தில் அதிகரிக்க முடியாது. ஒரு நாளில் அங்காடிக்கு வரும் அளவை விற்றுவிட வேண்டும். அடுத்த நாளுக்கு வைத்திருந்து விற்க முடியாது. எனவே, அன்றைய தேவையானது அளிப்பை விட அதிகமாக இருக்குமானால் விலையும் அதிகமாக இருக்கும். மாறாகத் தேவையானது அளிப்பை விடக் குறைவாக இருக்குமானால் விலையும் குறைவாக இருக்கும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.



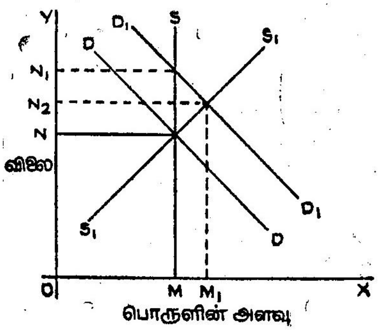
படம் 39

மிகக் குறுங்காலத்தில் பொருளின் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருப்பதனால் பொருளின் அளிப்புக் கோடு செங்குத்துக்

கோடாக அமைந்துள்ளது. வரைபடத்தில் SM என்பது அளிப்புக் கோடாகும். தேவை DD என்ற கோடாக அமையும் போது விலை ON ஆக இருக்கும். தேவையானது குறையும் போது தேவைக் கோடு $D_1 D_1$ என்று அமைகின்றது. ஆனால், அளிப்பின் அளவு குறைவதில்லை. எனவே, விலை ON_1 என அமைகின்றது. திடீரென்று தேவை $D_2 D_2$ என்று அதிகரிக்கும் போது அளிப்பு அதிகரிக்க முடியாததனால் விலை ON_2 என்று அதிகரிக்கின்றது.

குறுங்காலம்

மிகக் குறுங்காலத்தைவிட இங்கே கால அளவு அதிகமாகவே உள்ளது. பொதுவாகக் குறுங்காலம் என்பது ஒரு சில மாதங்களையோ அல்லது ஒரு வருடத்தையோ குறிக்கும். இக் காலப் பகுதியில் தேவை ஏறினால் அளிப்பை அதிகரிப்பதற்கு வாய்ப்பு உண்டு. தேவையை ஈடு செய்வதற்குப் புதிய நிறுவனங்களை இக்குறுகிய காலத்தில் நிறுவ முடிவதில்லை. ஏற்கனவே அமைந்துள்ள நிறுவனங்கள் இருக்கின்ற கருவிகளைக் கொண்டு மேலும், உற்பத்தியை அதிகரிக்கவே இக் காலம் போதுமானதாக இருக்கின்றது. எனவே, இக் குறுங் காலத்தில் தேவை அதிகரிக்கும் போது அத் தேவையை முழுவதும் ஈடு செய்ய முடியாவிட்டாலும், மிகக் குறுங்காலத்தில் இருந்த அளிப்பை விடச்சிறிது அளிப்பை அதிகரிக்க முடிகிறது. ஆகையினால் மிகக் குறுங்காலத்தில் நிலவும் விலையைவிடத் தற்போது விலைச் சிறிது குறைந்தே அமைகின்றது. இதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறிந்து கொள்ளலாம்.



படம் 40

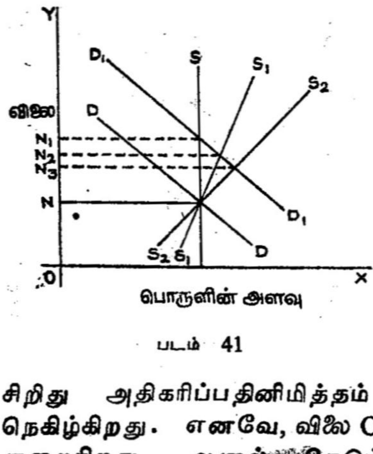
மிகக்குறுங்காலத்தில் தேவையின் அளிப்பு OM அளவாகவே இருக்கின்றது. எனவே, தேவைக் கோடாகிய DD, அளிப்புக் கோடாகிய SMஐ சந்திக்கும். எனவே, ON அளவை விலையாகக் கொள்கிறோம். திடீரென்று தேவை அதிகரிக்கின்றது என்று கொள்வோம். இப்போது தேவைக்கோடு D_1D_1 என்று உயர்ந்துள்ளது. ஆனால், மிகக் குறுங்காலத்தில் அளிப்பு அதிகரிப்பதில்லை. எனவே, விலை ON_1 அளவு அதிகரிக்கின்றது. குறுங்காலத்தில் நிறுவனங்கள் ஏற்கனவே

அமைந்துள்ள கருவிகளைக் கொண்டு உற்பத்தியின் அளிப்பை அதிகரிப்பதனால் அளிப்புக் கோடு S, S_1 என்று அதிகரிக்கின்றது. தற்போது விலையும் சிறிது குறைகின்றது. வரைபடத்தில் S_1S_1 என்ற புதிய அளிப்புக் கோடும் D, D_1 என்ற புதிய தேவைக் கோடும் ON_2 என்ற விலையில் சமமாகின்றது.

தெளிவாகக் கூறவேண்டுமெனில் மிகக் குறுங்காலத்தில் தேவை மட்டும் அதிகரிப்பதனால் விலை ON லிருந்து ON_1 ஆக உயர்ந்து காணப்படுகிறது. குறுங்காலத்தில் அளிப்பில் சிறிது நெகிழ்ச்சி ஏற்படுவதினால் ON_1 விலையிலிருந்து ON_2 என விலைக் குறைகின்றது.

நெடுங்காலம்

இங்கே காலத்தின் அளவு அதிகமாகக் காணப்படுகிறது. இக் காலப் பகுதியில் அளிப்பின் இயல்பைத் தேவைக்கு ஏற்றபடி மாற்றி அமைக்க முடிகிறது. புதிய கருவிகளை நிறுவனங்களில் அமைப்பதற்கும், புதிய நிறுவனங்களைத் தொழிலில் புகுவதற்கும் இக்காலம் போதுமானதாக அமைந்துள்ளது. எனவே, தேவையின் முழு அளவையும் இந்நீண்டகாலத்தில் ஈடு செய்ய முடிகிறது. ஆகவே, தேவையின் மாறுதலுக்கேற்ப அளிப்பை மாற்றி அமைக்க முடிகின்ற காலப்பகுதியே நெடுங்காலம் எனப்படும். நெடுங்காலத்தில் விலை எவ்வாறு மாறுகின்றது என்பதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.

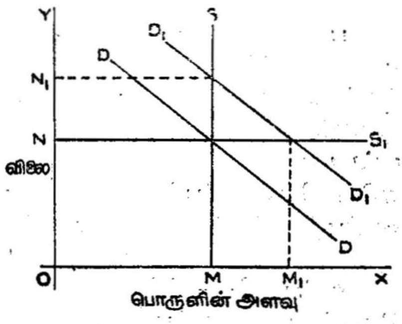


படம் 41

தேவை DD என்றும் அளிப்பு SM என்றும் இருக்கும் போது விலை ON என்று நிலவுகின்றது. மிகக் குறுகிய காலத்தில் தேவை அதிகரிக்கும் போது (D_1D_1) அளிப்பு அதிகரிக்க முடிவதில்லை. எனவே விலை ON_1 என்று அதிகமாகக் காணப்படுகின்றது. ஆனால், குறுங்காலத்தில் பழைய நிறுவனங்களே அவைகளின் முழு முயற்சியினால் அளிப்பைச் சிறிது அதிகரிப்பதினிமித்தம் அளிப்புக் கோடு S, S_1 என்று நெகிழ்கிறது. எனவே, விலை ON_1 என்பதிலிருந்து ON_2 என்று குறைகிறது. ஆனால், நெடுங்காலத்தில் புதிய கருவிகளும்,

புதிய நிறுவனங்களும் தோன்றுவதினுல் அளிப்பு S_2S_2 என்று அதிகரிக்கிறது. எனவே விலையும் குறுங்காலத்தில் உள்ளதை விடக் குறைகிறது. வரைபடத்தில் ON_2 என்று இருந்த விலை ON_3 என்று காணப்படுகின்றது. எனவே, நெடுங்காலத்தில் சம நிலை விலை ON_3 என்று அமைகிறது.

பொதுவாக நெடுங்காலத்தில் நிறுவனங்களின் உற்பத்தி அதன் உற்பத்திச் செலவைச் சார்ந்துள்ளது. விளைவு விதியைப் பொருத்தே விலை அமைகின்றது எனக் கூறலாம். மாறு விளைவு விதி செயல்படுமானுல் உற்பத்திச் செலவு ஒரேயளவாய் அமைவதினுல் விலையும் ஒரேயளவாக அமையும். எடுத்துக் காட்டாக 10 பொருள்கள் உற்பத்தி செய்ய எவ்வளவு செலவு ஆகுமோ அதே செலவே 15 பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யவும் ஏற்படுகின்றது. எனவே, புதிய விலையும் பழைய விலை மட்டத்திலேயே அமைகின்றது. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.

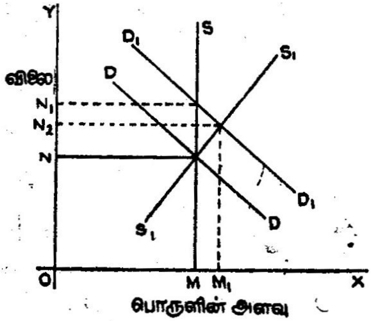


படம் 42

தேவை DD என்றும் அளிப்பு SM என்று இருக்கும் போது OM அளவு பொருள்கள் ON விலைக்குக் கிடைக்கின்றன. மிகக் குறுங் காலத்தில் தேவை அதிகரிக்கும் போது தேவைக் கோடு D_1D_1 என்றும் அளிப்புக் கோடு மாறுமலும் இருக்கின்றன. எனவே, விலை ON_1 என்று நிலவுகின்றது. தொழிலில் மாறுவிளைவு விதி நிலவுவதினுல் OM பொருள்கள் உற்பத்தி செய்ய எவ்வளவு செலவு ஆகுமோ அதே அளவு செலவே OM_1 பொருள்கள் உற்பத்தி செய்வதற்கும் ஏற்படும். எனவே, தேவையின் அதிகரிப்பிற்கும் ஏற்றபடி அளிப்பை அதிகரிக்கும்போது விலையும் பழைய விலையாகிய ON-க்கே சமமாகி விடுகின்றது.

உற்பத்தியில் குறைந்துசெல் விளைவு விதி செயல்படுமானுல் நெடுங்காலத்தில் விலையில் எவ்வாறு மாற்றம் ஏற்படுகின்றது என்பதைக் கீழே உள்ள வரைபடம் விளக்குகின்றது.

உற்பத்தியில் குறைந்துசெல் விளைவு விதி செயல்படுவதினால் பொருள்களின் உற்பத்தியை அதிகரிக்கும் போது



படம் 43

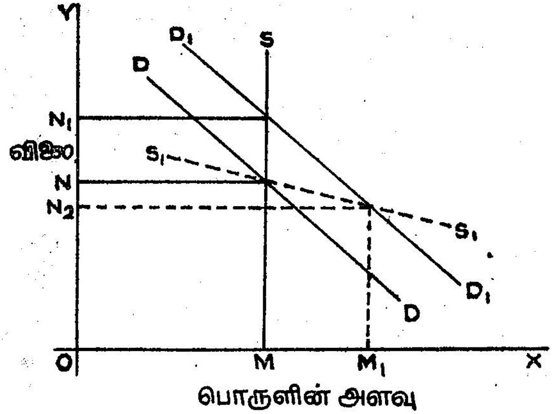
அதனுடைய உற்பத்திச் செலவும் அதிகரிக்கின்றன. தேவை DD என்றும் அளிப்பு SM என்றும் இருக்கும் போது விலை ON என்று நிலவுகின்றது. மிகக் குறுங்காலத்தில் திடீரென்று தேவை அதிகரிக்கும் போது விலை ON_1 என்று அதிகரிக்கின்றது. தேவையைப் பூர்த்திச் செய்வதற்கு அளிப்பை உயர்த்தும்போது அதனுடைய உற்பத்திச் செலவும் அதிகரிக்கின்றது. ஏனெனில், உற்பத்தியில் குறைந்து செல் விளைவு விதி செயல்படுகின்றது. ஆகவே, விலையும் பழைய நிலையைவிட அதிகமாகவே காணப்படுகின்றது.

பழைய விலை ON என அமைந்திருந்தது தேவை அதிகரித்ததினால் அளிப்பு OM_1 என அதிகரித்தது. உற்பத்திக் குறைந்து செல் விளைவு விதியின்படி செயல்படுவதினால் விலை ON_2 என்ற அளவிலேயே நின்றுவிடுகின்றது. இவ்விலை பழைய விலை மட்டமாகிய ON ஐ விட அதிகமாகவே இருக்கிறது. ஏனெனில், உற்பத்தி பெருகும்போது உற்பத்திச் செலவும் அதிகரிப்பதே இதற்குக் காரணமாகும்.

உற்பத்தி வளர்ந்துசெல் விளைவு விதியை அடிப்படையாகக் கொண்டு செயல்படுமேயானால் அதிகமான பொருள்களைக் குறைந்த செலவில் உற்பத்தி செய்ய முடியும். எனவே, புதிய விலையானது பழைய விலையின் மட்டத்தைவிடத் தாழ்வாகவே அமையும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.

மிகக் குறுங்காலத்தில் தேவையின் அதிகரிப்பிற்கேற்ப அளிப்பை அதிகரிக்க முடிவதில்லை. எனவே, விலை ON_1 என்று நிலவுகின்றது. இவ்விலை ஏற்றத்தினால் பொருள்களின் உற்பத்திப் பெருகுகிறது. ஆனால், உற்பத்தியில் வளர்ந்துசெல் விளைவு விதி செயல்படுவதினால் அதிகமான பொருள்களைக் குறைந்த செலவில் உற்பத்திச் செய்ய முடிகிறது. எனவே, நெடுங்காலத்தில் ஏற்படும் விலையானது பழைய விலை

மட்டத்தை விடக் கீழாகவே அமைகின்றது. பழைய விலையாகிய ONஐ விடப் புதிய விலையானது ON_2 எனத் தாழ்வாகவே அமைந்துள்ளது. ஏனெனில், உற்பத்தி வளர்ந்து



படம் 44

செல் விளைவு விதியின்படி செயல்படுவதினால் உற்பத்தி அதிகரிக்க அதிகரிக்க உற்பத்திச் செலவு குறைந்து கொண்டே வருகின்றது.

மிக நெடுங்காலம்

உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்கு, உற்பத்திக் காரணிகளின் உற்பத்தியையே மாற்றி அமைப்பதற்குத் தேவையான காலப் பகுதியே மிக நெடுங்காலம் எனப்படும். இங்கேயும் நெடுங் காலத்தில் உள்ளது போன்று விளைவு விதியை வைத்தே விலை நிருணயிக்கப்படுகிறது.

எனவே, பொருள்களின் விலையானது தேவை அளிப்பை மட்டும் பொருத்து அமையாமல் காலத்தையும் பொருத்து அமைகின்றது என்பது தெளிவாக விளங்கும்.

8. நிறுவனத்திலும் தொழிலிலும் சமநிலை

(Equilibrium of Firn and Industry)

ஒரு நுகருவோர் தன்னுடைய செலவினுல் மிக உயர்ந்த மன நிறைவை அடைவதற்குத் தன்னுடைய வருவாயை ஒரு குறிப்பிட்ட முறையில் பயன்படுத்தினுல் அவர் சம நிலையிலிருப் பார் என்று அறிவோம். அது போன்றே ஓர் உற்பத்தியாளர் தன்னிடத்தேயுள்ள வளங்களைக் கொண்டு உற்பத்தியின் உயர்ந்த நிலையை அடைய முயல்வார். அனைத்துக் காரணி களின் இறுதிநிலை விளைவு (Marginal return) சமமாகயிருக்கும்படி உற்பத்திக் காரணிகளைக் கலக்கும்பொழுது அவர் சமன்பாட்டு நிலையைப் அடைவார். இதையே சமநோக்குக் கோட்டு ஆய்வின் வாயிலாகவும் விளக்கலாம். இரண்டு பொருள்களின் இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் அவைகளின் விலை வீதத்திற்குச் சமமாகயிருக்கும்பொழுது நுகர்வோர் சமன்பாட்டு நிலையை அடைவார் என்று கூறலாம். இதைச் சமநோக்குக் கோடு ஆய்வு விளக்கும். அதுபோன்றே இரண்டு காரணிகளுக் கிடையேயுள்ள இறுதிநிலைப் பதிலீட்டு வீதம் அவைகளின் விலை வீதத்திற்குச் சமமாகயிருக்கும்பொழுது ஓர் உற்பத்தி யாளர் சமன்பாட்டு நிலையை அடைவார் என்றும் கூறலாம். எனவே, நுகர்வோர் தன்னுடைய செலவிலிருந்து மிக உயர்ந்த மனநிறைவைப் பெற முயற்சி செய்வார். அது போன்றே குறைந்த அளவு செலவு செய்து ஓர் உற்பத்தியாளர் மிக உயர்ந்த அளவு உற்பத்தியைச் செய்ய முயற்சி செய்வார்; அதன் வாயிலாக மிக அதிக இலாபம் ஈட்ட முயற்சி செய்வார்.

இத்தகைய முயற்சி நுகர்வோர்க்கு மட்டுமோ தனி உற்பத்தி யாளருக்கு மட்டுமோ பொருந்துவது அன்று. எந்த ஒரு நிறுவனமும் இத்தகைய கொள்கையிலேயே இயங்கும். ஒரு நிறுவனம் தன்னுடைய பொருள்களை உற்பத்தி செய்து விற்பதன் வாயிலாக மிக உயர்ந்த இலாபத்தை அடைய

விழைவது இயல்பே. தன்னுடைய உற்பத்திச் செலவைக் குறைப்பதன் வாயிலாகவும் இலாபத்தைப் பெருக்க ஒவ்வொரு நிறுவனமும் முயற்சி செய்யலாம். இது ஒவ்வொரு நிறுவனத் திற்கும் ஏற்படும் பட்டறிவே (experience) யாகும்.

நிறுவனத்தின் சமன்பாட்டினைப் பற்றிப் பயிலுமுன்னர் இச் சொல்லுக்குப் பொருள் என்ன என்று அறிவோம். பொது வாக மாற்றம் ஏதும் இல்லாத நிலையையே சமன்பாடு என் கிறோம். நிலையான, மாற்றமேயில்லாத ('Position of rest', 'Stage of no change') நிலையையே இவ்வாறு குறிப்பிடு கிறோம்.

பலவிதமாக மாறுதல்களுக்குப் பின்னர் ஒரு குறிப்பிட்ட நிலையை அடைந்து விட்ட பின்னர் அந் நிலையை விட்டு மாற சிறிதும் விரும்பாமலும், அந் நிலையிலேயே மிகச் சிறந்த பலனை அடைவதாகக் கருதும் நிலையையே சமன்பாட்டு நிலை என் கிறோம். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நுகர்வோர் தன்னுடைய வருவாயைப் பலவிதமான வழிகளில் ஒதுக்கீடு செய்யலாம். அவ்வாறு ஒதுக்கீடுகள் செய்யும்பொழுது ஒரு சிறந்த நிலையை அடையலாம். அந்நிலையில் அவர் தன்னுடைய மொத்தச் செலவிலிருந்து மிக உயர்ந்த மனநிறைவைப் பெறலாம். எனவே, அந் நிலையிலிருந்து அவர் மாற மனம் இல்லாமல் இருக்கலாம். வேறு எந்த வழிகளிலும் தன்னுடைய வருவாயை ஒதுக்கீடு (allocate) செய்ய விருப்பமில்லாமலிருக்கலாம். இவ்வாறு தன்னுடைய வருவாயில் மிக உயர்ந்த மன நிறைவை அடைந்து, மாற்றம் சிறிதும் அடைய விரும்பாத நிலையையே சமன்பாட்டு நிலை என்கிறோம். அது போன்றே ஓர் உற்பத்தி யாளர் மிகச் சிறிய அளவு செலவுடனும் உற்பத்திக் காரணி களை ஒவ்வொன்றையும் ஒரு குறிப்பிட்ட வீதத்தில் கலந்து மிக உயர்வான உற்பத்தியை அடையலாம். இவ்வாறுன நிலை யையே சமன்பாட்டு நிலை என்று கூறுகிறோம். எனவே, ஒவ்வொரு பொருளாதாரப் பகுதியும் ஒரு குறிப்பிட்ட நிலையை அடைந்து மேலும் எவ்வித மாற்றமும் விரும்பாத நிலையை அடையலாம். இந் நிலையையே சமன்பாட்டு நிலை என்று கூறு கிறோம். அது போன்றே ஒவ்வொரு நிறுவனமும் ஒரு குறிப் பிட்ட நிலையை அடைந்து, மேலும் எந்தவித மாற்றத்தையும் விரும்பாத நிலையை அடையலாம். இவ்வாறு ஒரு நிறுவனம் தன்னுடைய பொருள்களை விற்பதன் வாயிலாக அதிகமாக இலாபம் தரக்கூடிய நிலையை அடையலாம். இந் நிலையையே அந் நிறுவனத்தின் சமன்பாட்டு நிலை என்று கூறுகிறோம். இந்

நிலையில் தேவையும் அளிப்பும் சமமாகயிருக்கும்; தேவையிலும் அளிப்பிலும் மாறுதல்களுக்கு இடமேயில்லை. இந்நிலையே நிறுவனத்தின் சமன்பாட்டு நிலையின் இன்றியமையாத சிறப்பியல் பாகும்.

ஒரு நிறுவனம் சமன்பாட்டு நிலையை அடைவதற்கு மிக உயர்ந்த (Maximun) இலாபம் பெறவேண்டும் என்ற ஒரே குறிக்கோள் இருக்கவேண்டும். மிக உயர்ந்த இலாபம் என்பது அனைத்து நிறுவனங்களுக்கும் பொதுவானது அன்று. இலாபத்தின் அளவு நிறுவனத்திற்கு நிறுவனம் மாறும். ஒரு நிறுவனத்தின் மிக உயர்ந்த இலாபத்தின் அளவு மற்றொரு நிறுவனத்திற்குச் சாதாரண இலாபமாகவே இருக்கலாம். ஒரு நிறுவனத்தின் அளவினைப் பொருத்தும், வளங்களைப் (resources) பொருத்தும், விற்பனையைப் பொருத்தும் மிக உயர்ந்த (maximum) இலாபத்தின் அளவு மாறும். ஒரு நிறுவனம் இயல்பான இலாபத்தை (normal profit) மட்டும் எதிர் நோக்குவதில்லை. தன்னால் எவ்வளவு மிக உயர்ந்த இலாபம் பெற முடியும் என்ற முயற்சியிலேயே ஒவ்வொரு நிறுவனமும் எதிர்நோக்குகிறது.

மிக உயர்ந்த இலாபம் (maximum profit) என்ற சொற்கள் நேரிடையான இலாப அளவினைக் காட்டவில்லை. ஒரு நிறுவனம் பெறும் இலாபம் முறையான அல்லது இயல்பான இலாபமா (normal profit) அல்லது மிக உயர்ந்த இலாபமா (maximum profit) என்பதைப் பட்டறிவின் (experience) மூலம் தான் தெரிந்து கொள்ள முடியும். மிக உயர்ந்த இலாப நிலை ஒரு நிறுவனம் பட்டறிவின் வாயிலாக உணர்ந்திருக்கும் என்று எடுத்துக் கொள்கிறோம். ஆனால், ஒரு நிறுவனம் எந்த அளவு இலாபம் அடைந்தாலும் மன நிறைவினைப் பெற்று விடும்; மேலும் மிக உயர்ந்த இலாப நிலையைக் கண்டுபிடிக்க உற்பத்தியின் அளவினை அடிக்கடி மாற்றிக் கொண்டிருக்க முடியாது.

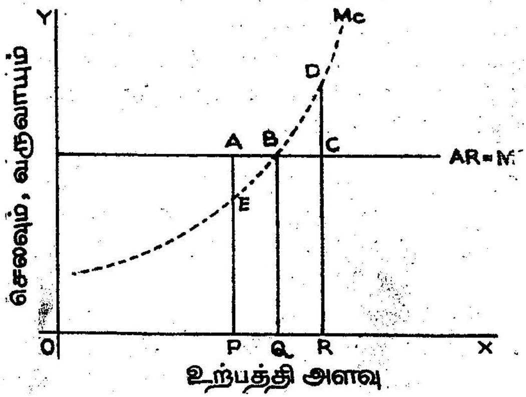
ஒரு நிறுவனம் சமநிலையை அடைவதற்கு இரண்டு நிபந்தனைகளை நிறைவேற்ற வேண்டும். முதலில் அதனுடைய இறுதி நிலைச் செலவு இறுதிநிலை வருவாய்க்குச் சமமாக இருத்தல் வேண்டும். அது போன்றே இறுதிச் செலவுக் கோடு (marginal cost curve) இறுதிநிலை வருவாய் கோட்டை (Marginal revenue curve) கீழிருந்து வெட்ட வேண்டும். இவ்விரு நிபந்தனைகளும்

நிறைவேறினுல்தான் ஒரு நிறுவனம் மிக உயர்ந்த இலாபத்தை அடைய முடியும். இறுதிநிலைச் செலவு இறுதிநிலை வருவாய்க்குச் சமமாகயிருக்கவேண்டும். ஒரேயொரு அலகு பொருளை மட்டும் நட்டத்திற்கு உற்பத்தி செய்தால் கூட அந்த நிறுவனம் உயர்ந்த அளவு இலாபம் பெறமுடியாது. எனவே, மிக உயர்ந்த இலாபம் பெற இறுதிநிலை வருவாய் இறுதிநிலைச் செலவிற்குச் சமமாகயிருக்கவேண்டும். இறுதிநிலைச் செலவு இறுதிநிலை வருவாய்க்குச் சமமாகயிருக்கும் வரை அந்நிறுவனம் உற்பத்திச் செய்து கொண்டே செல்லலாம்.

அது போன்றே இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடு (Marginal cost curve) இறுதிநிலை வருவாய்க் கோட்டினைக் (Marginal Revenue Curve) கீழிருந்து வெட்ட வேண்டும். இறுநிலைச் செலவுக்கோடு இறுதிநிலை வருவாய்க் கோட்டினை மேலிருந்து வெட்டினுல் கிடைக்கும் சமநிலை நிலையானதாக (permanent) இருக்காது. இச் சமநிலைக்கு மேல் இறுதிநிலைச் செலவு இறுதிநிலை வருவாயைக்காட்டிலும்அதிகமாகயிருக்கும் என்பதே இதன் கருத்தாகும். இந்நிலையே நிலையானதாகயிருக்கும். இந்நிலையில் வருவாயைக்காட்டிலும் இறுதிநிலைச் செலவு அதிகமாயிருப்பதால் நிறுவனம் மேலும், உற்பத்தி செய்யாது. எனவே, நிறுவனம் சமநிலையில் நின்றுவிடும். இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடு இறுதிநிலை வருவாய்க் கோட்டைக் கீழிருந்து வெட்டினுல் தான் இறுதிநிலைச் செலவு இறுதிநிலை வருவாயைச் சமநிலைப் புள்ளிக்கு மேல் அதிகரிக்கும். இறுதிநிலைச் செலவுக்கோடு இறுதிநிலை வருவாய்க் கோட்டை மேலிருந்து வெட்டினுல் சமநிலைப் புள்ளிக்கு மேல் இறுதிநிலைச் செலவைக் காட்டிலும் இறுதி நிலை வருவாய் அதிகமாகயிருக்கும். இந்நிலையில் பொருளை மேலும் உற்பத்திச் செய்யும்படி நிறுவனம் தூண்டப்படும். இவ்வாறு தூண்டுதல் இறுதிநிலைச் செலவும், இறுதி நிலை வருவாயும் சமமாக அமையும்வரையிருக்கும். இப்பொழுது இரண்டு சமநிலைப் புள்ளிகள் இருக்கும்.

அடுத்த பக்கத்தில் உள்ள படம் ஒரு நிறுவனம் நிறைவுப் போட்டியில் காணும் சமநிலையைக் காட்டுகிறது. படுகிடைக் கோடு சராசரி வருவாய்க் கோடு அல்லது விலையைக் காட்டுகிறது. பொருள்களின் விலையைத் தொழில் (industry) நிருணயித்து நிறுவனம் (Firm) ஏற்றுக் கொள்கிறது. இறுதிநிலைச் செலவு புள்ளியிட்டக் கோடு குறிக்கிறது. B என்ற புள்ளியில் இறுதிநிலைச் செலவு இறுதிநிலை வருவாய்க்குச் சமமாக உள்ளது (B என்ற புள்ளியில்). என்வே, OQ

என்பது மிக உயர்ந்த உற்பத்தியைக் (Maximum output) குறிக்கிறது. இங்கு இலாபம் மிக உயர்ந்த (Maximum) அளவில் இருக்கும். இதற்கு மேல் உற்பத்தியை OR-க்கு



படம் 45

அதிகரித்தால் நிறுவனம் நட்டமடையும். ஏனெனில், இந் நிலையில் இறுதிநிலை வருவாய் RC ஆகவும்; இறுதிநிலைச் செலவு RD ஆகவும் அதிகமாயிருக்கும். இந்நிறுவனம் OR அளவுக்கு உற்பத்தி செய்தால் BCD என்ற முக்கோணம் காட்டும் அளவுக்கு நட்டத்தை அடையும்.

மாறுக இந்த நிறுவனம் OP அளவிற்கு உற்பத்தி செய்வ தாகக் கொள்வோம். இந்நிலையில் இறுதிநிலைச் செலவைக் காட்டிலும் இறுதிநிலை வருவாய் அதிகமாயிருக்கும். இப் பொழுது இலாபம் மிக அதிகமாயிருப்பதால் நிறுவனம் உற்பத் தியை உயர்த்துவதற்கு முயற்சி செய்யும். மொத்த இலாபத்தை அதிகரிக்க OQ என்ற அளவிற்கு உற்பத்தியைப் பெருக்கும்.

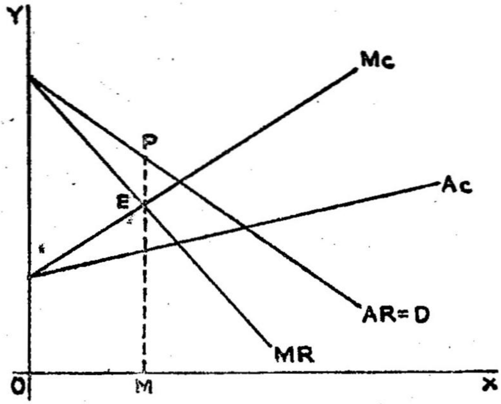
எனவே, உற்பத்தியை OQ என்ற அளவில் வைத்தால் நிறுவனம் உற்பத்தியை மேலும் குறைக்கவோ அதிகரிக்கவோ முயற்சி செய்யாது. நிறைவுப் போட்டியில் நிறுவனம் இருக்கும் சமநிலையில் இறுதிநிலைச் செலவு விலைக்குச் சமமாகயிருக்கும். இறுதிநிலைச் செலவு இறுதிநிலை வருவாய்க்குச் சமமாகயிருக்கும். மேலும், இறுதிநிலை வருவாய் விலைக்குச் சமமாகயிருக்கும். எனவே, இறுதிநிலைச் செலவு விலைக்குச் சமமாயிருக்கும்.

முற்றுரிமையில் நிறுவனத்தின் சமநிலை

(Firm's equilibrium under Monopoly)

முற்றுரிமையிலும் நிறுவனம் சம நிலையை அடைய இரண்டு நிபந்தனைகளை நிறைவேற்ற வேண்டியுள்ளது. முதலில் இறுதி நிலை வருவாய் இறுதிநிலைச் செலவுக்குச் சமமாகயிருக்கவேண்டும். இரண்டாவதாக இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடு இறுதி நிலை வருவாய்க் கோட்டைக் கீழிருந்து வெட்டவேண்டும்.

முற்றுரிமையில் நிறுவனத்தின் சமநிலையைக் கீழ்க்கண்ட வரைபடத்தின் வாயிலாக விளக்கலாம்.



படம் 46

தேவைக்கோடு (AR or D) முற்றுரிமையில் கீழ்நோக்கி சரிந்து விழும். சராசரி வருவாயும் தேவையும் சமமாகவே யிருக்கும். எனவே AR என்ற சராசரி வருவாய்க்கோடும் D என்ற தேவைக் கோடும் ஒன்றே MR என்ற கோடு இறுதிநிலை வருவாயையும்; Ac என்பது சராசரி செலவையும்; Mc என்பது இறுதிநிலைச் செலவையும் குறிக்கின்றன. E என்ற புள்ளியில் இறுதிநிலைச் செலவுக்கோடு இறுதிநிலை வருவாய்க் கோட்டை வெட்டுகிறது. எனவே, E என்ற புள்ளியில் இறுதிநிலைச் செலவும் இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாகயிருக்கும். மேலும், இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடு இறுதிநிலை வருவாய்க் கோட்டை கீழிருந்து வெட்டுகிறது. இப்படத்தில் காட்டியபடி இந் நிறுவனம் OM என்ற அளவுக்குமேல் உற்பத்திச் செய்யாது.

அதற்கு மேல் இறுதிநிலைச் செலவு இறுதிநிலை வருவாயைக் காட்டிலும் அதிகமாகயிருக்கும். OM அளவுக்கு உற்பத்தி செய்தால்தான் இலாபம் மிக உயர்ந்த அளவில் இருக்கும்.

நிறைவுப் போட்டிக்கும் முற்றுரிமைப் போட்டிக்கும் சமநிலையைப் பொருத்தவரை ஒரு வேறுபாடு காணப்படுகிறது. நிறைவுப் போட்டியில் நிறுவனத்தில் விலையும் இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாக இருக்கும். ஆனால், முற்றுரிமை நிறுவனத்தில் இறுதிநிலைச் செலவைக் காட்டிலும் விலை அதிகமாகயிருக்கும். இதற்குக் காரணம் நிறைவுப் போட்டியில் சராசரி வருவாய்க் கோடும் இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் ஒன்றே. ஆனால், முற்றுரிமையில் சராசரி வருவாய்க் கோட்டிற்குக் கீழே இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடு காணப்படும். எனவேதான் இங்கு இறுதிநிலைச் செல்வைக் காட்டிலும் விலை அதிகமாக இருக்கும்.

தொழிலில் சமநிலை

(Equilibrium of the industry)

ஒரே வகையான அல்லது ஒரே மாதிரியான பொருள்களை உற்பத்திச் செய்யும் நிறுவனங்கள் அனைத்தையும் பொதுவாகத் தொழில் (industry) என்று கூறுகிறோம். தொழில் என்ற சொல் நிறைவுப் போட்டிக்கு மட்டுமே பொருந்தும். ஏனெனில், முற்றுரிமையில் நிறுவனமும், தொழிலும் ஒன்றேயாகும்.

தொழிலின் வெளியேயுள்ள நிறுவனங்கள் உள்ளே நுழைவதற்கு முயற்சி செய்யாத நிலையையும்; உள்ளே உள்ள நிறுவனங்கள் வெளியே செல்ல முயற்சி செய்யாத நிலையையுமே தொழிலின் சமநிலை (equilibrium of an industry) என்று கூறுகிறோம். அனைத்து நிறுவனங்களும் முறையான இலாபத்தைப் பெற்றிருப்பதையும்; ஒரு நிறுவனமும் நட்டமடையாத நிலையையும் தொழில் சமநிலை உணர்த்துகிறது. இங்குச் சராசரி செலவும், சராசரி வருவாயும் சமமாக இருப்பதாக அறியலாம். உற்பத்திச் செய்யப்படும் பொருள்களின் தொழிலின் தேவையும் (industry's demand) தொழிலின் அளிப்பும் (industry's supply) சமமாக இருக்கும் நிலையில் தொழில் சமநிலையில் இருக்கும் என்று கூறுகிறோம். குறுகிய காலத்தில் (Short period) தேவையும் அளிப்பும் சமமாக இருக்கலாம். ஆனால், போட்டித் தொழில் (competitive industry) புதிய நிறுவனங்களை உள்ளே இழுக்கலாம்; சில நிறுவனங்கள் வெளியே செல்லத் தூண்ட

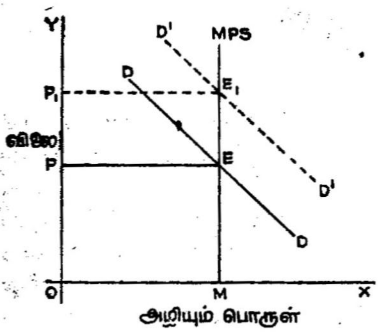
லாம். எடுத்துக்காட்டாகக் குறுகிய காலச் சமநிலையில் நிறுவனங்கள் அதிக இலாபமடைந்தால் புதிய நிறுவனங்கள் தொழிலுக்குள் நுழைகின்றன ; மாறாக, குறுகிய காலச் சமநிலை நட்டமடைந்தால் நிறுவனங்கள் தொழிலை விட்டு வெளியே செல்லத் தூண்டப்படுகின்றன. எனவே, போட்டித் தொழிலில் தற்காலிகச் சமநிலையே குறுகிய காலத்தில் காணப்படுகின்றன. ஏனெனில், தேவையும் அளிப்பும் சமமாக உள்ளன. மேலும், தொழிலின் அளிப்பை மாற்றும் வண்ணம் நிறுவனங்கள் தொழிலுக்குள் நுழைவதும், வெளியே செல்லுவதுமாக உள்ளன. நீண்ட காலத்தில் அனைத்துச் சரிக்கட்டுதல்களும் நடந்துவிடும். எனவே, நீண்ட காலத்தில் புதிய நிறுவனங்கள் உள்ளே நுழைவதில்லை ; வெளியே செல்வதில்லை. தொழிலின் தேவையும் அளிப்பும் சமமாகயிருப்பதாலும், புதிய நிறுவனங்கள் உள்ளே நுழையாததாலும், நிறுவனங்கள் வெளியே செல்லாததாலும் நீண்ட காலத்தில் போட்டித் தொழில் சமநிலையைப் பெற்றிருப்பது நிலையானதாகயிருக்கும்.

சந்தைச் சமநிலை
(Market Equilibrium)

பொதுவாகச் சந்தை என்ற சொல்லைக் கேட்டவுடன் பல பொருள்களை விற்பனை செய்வதற்காகக் கொண்டு வரப்படும் ஓரிடமாகும் என்று நம் சிந்தனையில் உதிக்கின்றது. ஆனால், பொருளியல், ஒரு பொருளும் அதை வாங்குபவரும் விற்பவரும் இருந்திடில் அந்நிலையைச் சந்தை என்று கூறுகிறது. சந்தையில் அழியாப் பொருள்கள் மட்டுமின்றி விரைவில் அழிந்து போகக்கூடிய மீன், காய்கறிகள், பால், மலர்கள் போன்ற பொருள்களும் விற்கப்படுகின்றன. சந்தையில் ஏற்படும் தேவையை நிறைவு செய்வதற்காக விற்போர் சிறிது பொருள்களைச் சேமித்து வைத்திருப்பார்கள். சேமித்து வைத்திருக்கும் வாய்ப்பு அப்பொருளின் தன்மையையே பொருத்துள்ளது. சந்தைக் கால அளவில் அதிகமான பொருள்களைக் கையிருப்பாக வைத்திருக்க முடியாது. 'சந்தைக் கால அளவு' என்பது ஒன்று அல்லது ஒரு சில நாட்களேயாகும் என்று பொருளியல் வல்லுநர் மார்சல் கூறுகின்றார். இவ்வாறு கட்டுப்படுத்தப்பட்ட சந்தையிலுள்ள அளிப்பிற்கும் தேவைக்குமிடையே ஏற்படும் தாற்காலிய விலையே 'சந்தை விலை' எனப்படும். இனி அழிந்து போகக் கூடிய பொருள்களின் சந்தை விலையும் அழியாப் பொருள்களின் சந்தை விலையும் எவ்வாறு நிருணயிக்கப்படுகிறது என்பதை நாம் அறிந்து கொள்வோம்.

அழிந்து போகக் கூடிய பொருள்களின் சந்தை விலை

மலர்கள், பால், மீன், காய்கறிகள், பழவகைகள், முட்டை போன்ற பொருள்களை அழிந்து போகக்கூடிய பொருள்களுக்கு எடுத்துக்காட்டாகக் கூறலாம். இப்பொருள்களை நீண்ட காலத்திற்குக் கையிருப்புச் செய்து விற்க முடியாது. ஏனெனில், இப் பொருள்கள் அழிந்து போகும் தன்மையுடையதாகும். எனவே, அழியும் பொருள்களின் சந்தை விலை, தேவையினால் அதிக அளவுக்குப் பாதிக்கப்படுகிறது. இப் பொருள்களை கையிருப்புச் செய்ய முடியாத நிலையுள்ளதினால் தேவை குறையும்போது விலை அதன் உற்பத்திச் செலவைக் காட்டிலும் குறைக்க வேண்டிய நிலை ஏற்படுகிறது. மாறாக எதிர்பாராத காரணங்களினால் தேவை அதிகரிக்கும் போது விலையும் அதிகரிக்கலாம். சந்தைக் கால அளவில் அழிந்து போகக்கூடிய பொருள்களின் சந்தை விலை எவ்வாறு தேவைக்கேற்ப மாறுபடுகின்றது என்பதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.



படம் 47

வரைபடத்தில் OY என்ற அச்சு அழியும் பொருளின் விலையையும் OX என்ற அச்சுப் பொருள்களின் அளவையும் குறிக்கின்றன. வரைபடத்தில் MPS என்ற செங்குத்துக் கோடு சந்தைக் கால அளவின் அளிப்புக் கோடாக விளங்குகின்றது. பொருளின் தேவைக் கோடு DD என்று அமையும் போது அப் பொருளின் தேவையும், அளிப்பும் E என்ற புள்ளியில் சம நிலையடைகின்றது. எனவே, OP விலையாக நிருணயிக்கப்படுகின்றது. ஆகவே OM அளவு பொருளின் சந்தை சமநிலை விலை OP ஆகும். மாறாகப் பொருளின் தேவை DD என்ற அளவிலிருந்து D^1D^1 என்று உயருவதாகக் கொள்வோமானால் விலையும் OP^1 என்று உயரும். தேவை D D என்ற நிலையிலிருந்து D^1D^1 என்று உயர்ந்தாலும் சந்தைக் கால அளவில் அப் பொருளின் அளிப்பு நிலையாக அல்லது மாறுமலிருப்பதினால் விலை உயருகிறது. மேலே உள்ள படத்தில் D^1D^1 என்ற தேவைக் கோடு அளிப்புக் கோடாகிய MPS என்ற செங்குத்துக் கோட்டை E_1 என்ற புள்ளியில் சந்திப்பதினால் சந்தை சம நிலை விலை OP_1 என்று நிருணயிக்கப்படுகிறது

எனவே, சந்தைக்கால அளவில் பொருளின் அளிப்பு நிலையானதாக இருப்பதினுல் தேவையே அப் பொருளின் விலை நிருணயத்தில் பெரும் பங்கு வகிக்கிறது என்பது தெளிவாகிறது.

அழியாப் பொருள்களின் சந்தை விலை

அழியாப் பொருள்களைக் கையிருப்புச் செய்யக் கூடுமாதலால், அழியும் பொருள்களைப் போல இப் பொருள்களின் விலையில் தேவையானது பெரிய மாறுதல்களைச் செய்து விடுவதில்லை. இப் பொருள்களைச் சந்தைக் கால அளவிலும் கட்டுப்படுத்த முடியுமாதலால் இருவகையான விலைகள் இப் பொருள்களுக்கு அமைகின்றன. அதாவது விலை உச்ச மட்டத்தில் இருக்கும் போது, இவ்விலையில் விற்பனையாளர் தான் வைத்திருக்கும் கையிருப்பு முழுவதையும் விற்பனை செய்யத் தயாராக இருப்பார். விலைக் கீழ்மட்டத்தில் இருக்கும் போது பொருள்களை விற்காமல், எதிர்காலத்தில் விலை அதிகரிக்கும் போது விற்பதற்காகத் தேக்கிவைப்பார். இக் கீழ்மட்ட விலையை 'ஒதுக்க விலை' (Reserve Price) என்று கூறலாம். இவ்வொதுக்க விலை பல காரணங்களைக் கொண்டு நிருணயிக்கப்படுகின்றன.

(i) பொருளின் உற்பத்திச் செலவு எதிர்காலத்தில் அதிகரிக்குமா அல்லது குறையுமா என்பதைப் பொறுத்து ஒதுக்க விலையும் கூடியோ அல்லது குறைந்தோ அமைக்கப்படுகிறது.

(ii) ஒரு பண்டத்தின் நிலைக்கும் தன்மையைப் (Durability) பொறுத்தும் அப்பொருளின் ஒதுக்க விலையை நிருணயிக்கப்படுகின்றது. நிலைக்கும் தன்மை அதிகமாகக் காணப்படும் பொருளாக இருக்குமேயானுல் அப்பொருளின் ஒதுக்க விலையும் அதிகமாக அமையும். மாருக அத் தன்மைக் குறைந்துக் காணப்படுமேயானுல் ஒதுக்க விலையும் குறைந்தே அமையும்.

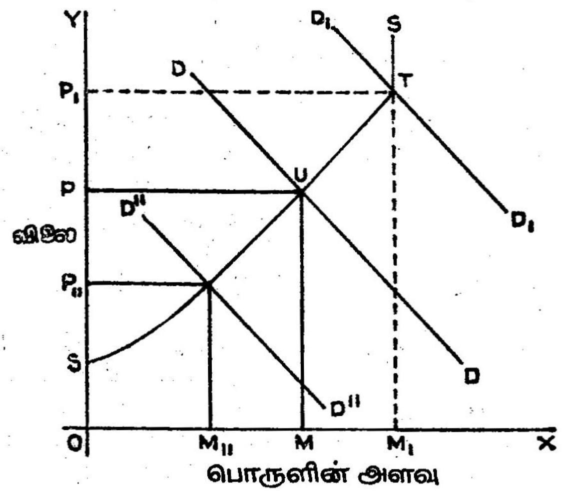
(iii) ஒரு பொருளை நீண்ட காலத்திற்குத் தேக்கி வைத்திருக்க வேண்டுமேயானுல் அதற்கான தேக்கி வைக்கும் செலவு அதிகமாக இருக்கும். மாருகக் குறைந்த காலத்திற்கே தேக்கி வைக்க வேண்டியதிருக்குமேயானுல் தேக்கி வைக்கும் செலவும் குறைவாகவே காணப்படும். எனவே, ஒதுக்க விலையானது ஒரு பொருளைத் தேக்கி வைப்பதற்கான செலவையும் பொறுத்து அமையும்.

(iv) விற்பனையாளர் ஒரு பொருளின் விலை எதிர்காலத்தில் அதிகரிக்கும் என்று கருதுவாரேயானுல் அப் பொருளின் ஒதுக்க

விலை அதிகமாக அமையும். மாறாக எதிர்காலத்தில் அப் பொருளின் விலை குறையும் என்று எதிர்ப்பார்ப்பாரேயானால் ஒதுக்க விலையையும் குறைத்தே அமைத்துக் கொள்வர்.

(v) விற்பனையாளரின் ரொக்க விருப்பத்தைப் (Liquidity preference) பொறுத்தும் ஒதுக்க விலை அமையும். விற்பனையாளருக்குப் பணம் அதிகமாகத் தேவைப்படுமேயானால் ஒதுக்க விலையைக் குறைவாக அமைத்துக் கொள்வார். மாறாகப் பணம் அதிகம் தேவையில்லையெனில் ஒதுக்க விலை அதிகமாகக் காணப்படும்.

மேற்கூறிய காரணங்களினால் கீழ்மட்ட விலை அல்லது ஒதுக்க விலை நிருணயிக்கப்படுகின்றது. இவ்விலையைவிடச் சந்தை விலை அதிகமாக இருக்குமேயானால் விற்பனையாளர்கள் பொருள்களை விற்கத் தயாராக இருப்பார்கள். விலை உயர உயர பொருள்களின் அளிப்பும் அதிகரித்துக் கொண்டே சென்று உச்ச விலை மட்டத்தில், தேக்கி வைத்திருக்கும் பொருள்களை யெல்லாம் விற்பனையாளர்கள் விற்றுவிடுவார்கள். எனவே, அழியாப் பொருள்களின் விலை தேவையை மட்டும் சார்ந்ததாக



படம் 48

இல்லாமல், தேவையையும், அளிப்பையும் பொறுத்தே அமையும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் தெளிவாக அறியலாம்.

வரைபடத்தில் OX அச்சுப் பொருளின் அளவையும், OY என்ற அச்சுப் பொருளின் விலையையும் காட்டுகின்றது. வரைபடத்தில் SUTS என்ற கோடு அளிப்புக் கோடாக விளங்குகின்றது. விற்பனையாளர் OS என்ற விலையில் பொருளை விற்பனை செய்யமாட்டான். ஆனால் OP_1 என்ற உச்ச விலையில் OM_1 என்ற மொத்தப் பொருள்களையுமே விற்றுவிடுவான். இவ்விரு விலைகளுக்கும் இடையே விற்பனையாளரின் விருப்பப்படி அளிப்புக் கிடைக்கின்றது. தேவை DD என்று இருக்கும்போது அது அளிப்புக் கோட்டை U என்ற புள்ளியில் சந்திப்பதினால் OP விலையெனத் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. இவ்விலையில் OM அளவு பொருளையே விற்பனையாளர் விற்று விட்டு மீதியான MM_1 பொருளைச் சேமித்து வைக்கிறார். தேவை D^{11} D^{11} என்று குறையும் போது விற்பனையாளர் OM_{11} என்ற அளவு பொருளையே OP_{11} என்ற விலைக்கு விற்கிறார். மீதியுள்ள M_1M_{11} அளவு பொருள்களைத் தேக்கி வைத்துக் கொள்வார்.

உற்பத்திச் செலவைச் சந்தைக்கால அளவின் விலை நிருணயத்திற்கு எடுத்துக் கொள்வதில்லை என்பதைக் கருத்தில் கொள்ளவேண்டும்.

'சமநிலை என்பது சமநிலை மட்டுமே' (Equilibrium is just an equilibrium)

பொருளியல் ஆய்வில் சமநிலை என்பது இது இப்படியுள்ளது, இப்படி இருக்கவேண்டும் என்பவைகளை மட்டும் விளக்கும். சமநிலைக்குத் தேவையான நிபந்தனைகள் என்ன, அல்லது எப்படிச் சமநிலையை அடைவது, அல்லது சமநிலையைப் பாதிக்கக்கூடிய காரணிகள் எவை என்பனவைகளை மட்டுமே தெரிவிக்கின்றன. அதாவது சமநிலைப் பற்றிய ஆய்வின் நோக்கம் காரணங்களையும், விளைவுகளை மட்டுமே ஆய்வதாகும்; எது சரி, தவறு என்பனவைகளைப் பற்றித் தெரிவிப்பன அல்ல. எனவேதான் பேராசிரியர் இராபின்ஸ் 'சமநிலை என்பது சமநிலை மட்டுமே' ('Equilibrium is just an equilibrium') என்று கூறி அது இருக்கும் இயல்பினை உணர்த்துமேயன்றி, சரி, தவறு போன்றவைகளைத் தெரிவிக்காது என்று கூறியுள்ளார்.

9. முற்றுரிமை

(Monopoly)

தனியோர் உற்பத்தியாளரோ அல்லது ஒரு குழுவினரோ ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளின் உற்பத்தி முழுவதையும் கட்டுப் படுத்தும் நிலைக்கு முற்றுரிமை என்று பெயர். வாங்குபவர்கள் பலராக இருப்பினும் விற்பவன் ஒருவனுகவே இருக்கிருன். எனவே, பொருளின் அளிப்பை விற்போன் கட்டுப்படுத்த முடியும். தவிர, விலையை எந்த மட்டத்தில் வேண்டுமானுலும் நிருணயித்துக் கொள்ள முடியும். இத் தொழிலில் புதிய நிறு வனங்கள் நுழையவும் வழியில்லை. ஆகையால் முற்றுரிமை யாளனுக்கு எதிராக விலையைக் கூட்டவோ அல்லது குறைக்கவோ மற்றொரு விற்பவனும் இல்லை. மேலும், அப் பொருளுக்கு நெருங்கிய பதவிப் பொருள்கள் வேறு ஏதும் இருப்பதில்லை.

ஓர் உற்பத்தியாளர் முற்றுரிமையாளரா இல்லையா என்பது அவர் எந்த அளவிற்கு மொத்த உற்பத்தியினைக் கட்டுப்படுத்து கின்ருர் என்பதைப் பொருத்ததாகும். ஒருவர் 100% உற்பத்தி யில் 95% சதவீதத்தை மட்டுமே உற்பத்தி செய்கிருர். எனவே, முற்றுரிமையாளர் அன்று என்று முடிவு செய்து விடக்கூடாது. அவருடைய உற்பத்தியில் மாற்றங்கள் செய்வதின் மூலம் மொத்தப் பொருளின் அளிப்பு, விலை, ஆகியவற்றைக் கட்டுப் படுத்தக் கூடியவராக இருப்பாரேயானுல் அவர் அப்பொருளின் முற்றுரிமையாளர் எனப்படுவர்.

முற்றுரிமைகளின் வகைகள்

பொதுவாக முற்றுரிமையை ஐந்து வகைகளாப் பிரிக்க லாம்.

இயற்கை முற்றுரிமை (Natural Monopoly)

இயற்கை வளங்கள் ஒருசில நாடுகளில் மட்டும் குவிந்துக் கிடக்கின்றன. எனவே, அந் நாடுகளோடு பிற நாடுகள்

போட்டிப் போட முடிவதில்லை. ஆகையினுல் ஒரு சில பொருள் களை உற்பத்தி செய்வதில் இயற்கையாகவே அந்நாடுகள் முற்றுரிமையைப் பெறுகின்றன. பர்மாவில் எண்ணெய்க் கிணறுகளும், தென் ஆப்பிரிக்காவில் வைரச் சுரங்கங்களும் மிகுந்துள்ளதால் அந்நாடுகள் அப்பொருள்களின் உற்பத்தியில் இயற்கை முற்றுரிமை பெற்று விளங்குகின்றன.

சமுதாய முற்றுரிமை (Social Monopoly)

மக்களின் நலனைக் கருதி சில துறைகளை அரசே ஏற்று நடத்தும். எடுத்துக்காட்டாகத் தபால் தந்தி, மின்சக்தி உற்பத்தி யும், வினியோகமும், இருப்புப் பாதைப் போக்குவரத்து, காப்பீடு போன்றவைகளை அரசே ஏற்று நடத்துகின்றன. நல்ல தேர்ச்சியும், சிறப்பும் பெற்ற தொழிலமைப்பும், அதிக அளவு முதலும் ஒரு தொழிலுக்குத் தேவைப்படுகின்றபொழுது அங்கே முற்றுரிமை தோன்றுகின்றது.

சட்டமுறை முற்றுரிமை (Legal Monopoly)

சட்டங்கள் இயற்றுவதின் மூலம் புதிதாகப் போட்டி யிடுவோரைத் தொழிலில் புகாமல் தடுத்து நிறுத்துவதே சட்ட முறை முற்றுரிமையாகும். இதில் சட்டத்தின் மூலம் ஒருவரை முற்றுரிமையாளராக ஆக்குவதாகும். எடுத்துக்காட்டாகப் பதிப்புரிமை (copyright) வாணிபக்குறி போன்றவைகள் இதில் அடங்கும்.

தன்னிச்சை முற்றுரிமை (Voluntary Monopoly)

ஒரே பொருளை உற்பத்தி செய்யும் உற்பத்தியாளர்கள் யாவரும் ஒன்று கூடிக் கொள்வதற்குத் தன்னிச்சை முற்றுரிமை என்று பெயர். இவ்வாறு உற்பத்தியாளர்கள் அனைவரும் ஒன்று சேருவதினுல் போட்டியைத் தவிர்த்து முற்றுரிமை விற்பனைக்கு வழிவகுக்க முடிகிறது. எடுத்துக்காட்டாக இந்தியாவில் உள்ள சிமெண்ட் தொழிலாளர்கள் ஒன்று சேர்ந்து 1936ஆம் ஆண்டில் சிமெண்ட் தயாரிப்பாளர்கள் குழு ஒன்றை அமைத் தார்கள். அதே போல இந்தியாவில் உள்ள காப்பிக் கொட்டை உற்பத்தியாளர்கள் ஒன்று கூடிக் காப்பி உற்பத்தியாளர் குழு ஒன்றை அமைத்தார்கள்.

நன்மைகள்

ஒரு நிறுவனம் முற்றுரிமை உடையதாகத் திகழ்வதினுல், அது பல நன்மைகளைப் பெற வாய்ப்பு உண்டாகிறது.

(i) உற்பத்தியில், பதிலாளி ஒருவனும் இல்லாமையால் நிறுவனம் பெரிதாக வளர முடிகிறது. மேலும், பேரளவு உற்பத்தியில் கிடைக்கும் நன்மைகள் யாவையும் பெறுகின்ற வாய்ப்புக் கிடைக்கின்றது.

(ii) தேவையற்ற போட்டியினுல் ஏற்படக் கூடிய வீணுன செலவுகளாகிய விளம்பரச் செலவு போன்றவைகளைத் தவிர்க்க முடிகிறது.

(iii) ஒரே நிறுவனம் அதிகமான பொருள்களைத் தயாரிப்பதினுல் உற்பத்திச் செலவு குறைகின்றது.

குறைகள்

முற்றுரிமையாளர் தன்னுடைய உற்பத்திப் பொருள்களை அதிக அளவிலேயே விற்க முயல்கிருர். எனவே, விலையை நடைமுறைக்கு அதிகமாகவே நிருணயிக்கிருர். இவ்வதிகமான விலை நுகர்வோரைப் பெரிதும் பாதிக்கிறது.

(ii) மேலும், நுகர்வோர்க்கு அதிகமான பொருள்கள் அங்காடியில் கிடைப்பதில்லை. ஏனெனில், முற்றுரிமையாளர் உற்பத்தியைக் குறைத்துப் பொருளின் விலையை அதிகரித்து விடுகின்ருர்.

(iii) போட்டியில்லாத காரணத்தினுல் பொருளின் தரமும் குறைந்தே காணப்படும். நுகர்வோரும் பதிலிப் பொருள்கள் இல்லாத காரணத்தினுல் முற்றுரிமையாளரின் தரம் குறைந்த பொருள்களையே வாங்கவேண்டிய நிலை ஏற்படுகின்றது.

(iv) ஒரு பொருளில் முற்றுரிமை நிலவும் போது புதிய நிறுவனங்கள் அப்பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு நுழைய முடிவதில்லை.

(v) பொருள்களை ஒரே நிறுவனம் உற்பத்தி செய்வதினுல்- உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் குறைந்த அளவு ஊதியமே இந் நிறுவனம் வழங்க முன் வருகிறது.

(vi) போட்டியில்லாத காரணத்தினுல் உற்பத்தியாளர்களின் திறமையும் குறைவடைகின்றது.

கட்டுப்படுத்தும் முறைகள்

இவ்வாறு முற்றுரிமையினுல் ஏற்படும் தீமைகளைக் கட்டுப்படுத்த அரசு பலவாருக முயன்று வருகிறது.

(i) சட்டங்கள் இயற்றி தேவையற்ற முற்றுரிமைகள் நிலவு வதைத் தடுத்து நிறுத்தலாம்.

(ii) முற்றுரிமையாளர் உற்பத்தி செய்த பொருளுக்கு அரசே ஒரு விலையை நிருணயிக்கலாம். இவ்விலையானது முற்றுரிமையாளனையும், நுகர்வோரையும் பாதிக்காத அளவில் நிருணயிக்கலாம்.

(iii) மக்களின் நலனைப் பாதுகாப்பதற்காக அரசே சில துறைகளை ஏற்று நடத்துகிறது.

(iv) உற்பத்திக் காரணிகளின் ஊதியத்தின் வீதத்தை ஓரளவு அரசே நிருணயிக்கலாம்.

(v) வரிகள் விதித்து அதன் மூலம் முற்றுரிமை நிலவு வதைத் தடுக்கலாம்.

(vi) நுகர்வோர் எதிர்ப்பும் முற்றுரிமை நிலவுவதைத் தடுக்கும் நிலையில் ஒன்றுகும்.

முற்றுரிமையில் விலை நிருணயம்

முற்றுரிமையில் ஒரே ஓர் உற்பத்தியாளரே இருப்பதினுல் விற்பனையில் போட்டி ஏற்படுவதில்லை. எனவே, உற்பத்தியாளர் அல்லது விற்பனையாளர் எந்த விலையை வேண்டுமானுலும் நிருணயித்துக் கொள்ளலாம். மேலும் முற்றுரிமையாளரின் பொருளுக்குப் பதிலிப் பொருள் ஏதும் இருப்பதில்லை. மேலும், பொருள் அங்காடியில் பொருள் வாங்குபவர்களின் எண்ணிக்கை அதிகமாக இருப்பதினுல் முற்றுரிமையாளரின் விலையை எந்த ஒரு தனி நுகர்வோராலும் மாற்ற முடிவதில்லை. எனவே, முற்றுரிமையாளரின் நோக்கம் உச்சநிலை இலாபத்தை அடைவதேயாகும். உச்சநிலை இலாபத்தைப் பெற முற்றுரிமையின் காரணத்தினுல் முற்றுரிமையாளர் எந்த விலையையும் நிருணயிக்கும் ஆற்றல் பெற்றிருக்கிருர். முற்றுரிமையில் இரண்டு வழிகளில் இலாபத்தை முற்றுரிமையாளர் அடைய முடிகின்றது. ஒன்று பொருளின் அளிப்பைக் கட்டுப்படுத்துவதின் மூலம் இலாபம் அடையலாம். மற்றென்று விலையை அதிகமாக நிருணயிப்பதின் மூலம் இலாபம் ஈட்டலாம். ஆனுல், ஒரே நேரத்தில் இரண்டையும் கட்டுப்படுத்த முடியாது. விலையை முற்றுரிமையாளர் நிருணயிப்பாரேயானுல் எவ்வளவு பொருள்கள் விற்பனை செய்வது என்பது முற்றுரிமையாளர் நிருணயிக்க முடியாது. எவ்வளவு பொருள்கள் விற்பனை ஆகும் என்பது தேவையைப் பொருத்தது. விலை அதிகமாக இருக்குமேயானுல் நுகர்வோர் தங்கள் தேவை

யைக் குறைத்துக் கொள்வார்கள். விலை குறைவாக இருக்குமானுல் தேவை அதிகரிக்கும். அது போலவே முற்றுரிமையாளர் அளிப்பை நிருணயிப்பாரேயானுல், அதற்கான விலை நுகர்வோரின் தேவைக் கேற்ப மாறுபடும். அங்காடிக்குக் கொண்டு வரும் பொருள்களின் அளிப்பை முற்றுரிமையாளர் அதிகரிப்பாரேயானுல், தேவையை விட அளிப்பு அதிகமாக இருப்பதினுல் விலை குறைவாகவே அமையும். மாருக நுகர்வோரின் தேவையை விட முற்றுரிமையாளரின் அளிப்புக் குறைவாக இருக்குமேயானுல் விலை உயர்வாகவே இருக்கும்.

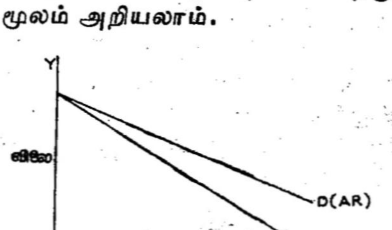
முற்றுரிமை விலைக்குத் தேவை எவ்வாறு காரணியாக இயங்குகின்றது என்பதைப் பார்ப்போம். தேவையின் நெகிழ்ச்சியைக் கொண்டு விலையை மாற்றியமைத்து முற்றுரிமையாளர் இலாபம் அடையலாம். தேவை நெகிழ்ச்சியுடையதாக இருக்குமேயானுல் விலையை அதிகரிக்க முடியாது. ஏனெனில், விலை அதிகமாகும் போது தேவை குறைந்துவிடும். விலை அதிகமாகும் போது நுகர்வோர் பதிலிப் பொருள்களை வாங்க முற்படுவார்கள் அல்லது தேவையைச் சுருக்கிக் கொள்வார்கள். எனவே, தேவை நெகிழ்ச்சி உடையதாக இருக்கும் போது விலையைச் சிறிது குறைத்து அதிகமான பொருள்களை விற்பனை செய்ய முற்றுரிமையாளர் விரும்புவார். தேவை நெகிழ்ச்சி அற்றதாக இருக்கும் போது நுகர்வோர் அதிகமான விலையிலும் அப்பொருளை வாங்க முற்படுவார்கள். எனவே, முற்றுரிமையாளர் விலையை அதிகரிப்பதினுல் தேவை குறைவதில்லை. ஆகையால் விலையைக் கூட்டி அதிக இலாபத்தை முற்றுரிமையாளர் பெறுவார்.

முற்றுரிமையில் உற்பத்தியாளர் உச்சநிலை இலாபத்தையே அடைய விரும்புவார். அந்த மாதிரியான இலாபத்தை இறுதி நிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாக இருக்கும் நிலையில் முற்றுரிமையாளர் அடைய முடிகின்றது. அதிகமாக ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதினுல் ஏற்படும் செலவே இறுதி நிலைச் செலவாகும். [எடுத்துக்காட்டாக 10 பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய ரூ. 100/= செலவாகிறது என்று வைத்துக் கொள்வோம். உற்பத்தியாளர் மேலும் ஒரு பொருளை அதிகமாக உற்பத்தி செய்வாரேயானுல், அதாவது 11 பொருள்கள் உற்பத்திச் செலவு ரூபாய் 108/= என்று வைத்துக் கொள்வோம். இறுதிநிலைச் செலவு என்பது உற்பத்தியின் எண்ணிக்கையில் ஒன்றைக் கூட்டுவதில் ஏற்படும் உற்பத்திச் செலவே ஆகும். மேலே கூறியபடி 10 பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய ரூ. 100/= செலவானது. உற்பத்தியை 11 என்று அதிகரிக்கும் போது

செலவு ரூ. 108/= என்று உயர்ந்துள்ளது. எனவே, பொருளின் உற்பத்தியில் ஒன்றை அதிகரிப்பதினுல் ரூ. 8/= அதிகமாகச் செலவு ஆகிறது. இந்த ரூபாய் 8/=ஐ இறுதிநிலைச் செலவு என்பார்கள். இறுதிநிலை வருவாய் என்பது விற்பனைப் பொருளின் எண்ணிக்கையில் ஒன்றை அதிகரிப்பதனுல் ஏற்படக் கூடிய வருவாய் ஆகும்.

எடுத்துக்காட்டாக உற்பத்தி செய்யப்பட்ட 10 பொருள்களை யும் ரூ. 15/= வீதம் உற்பத்தியாளர் விற்பாரேயானுல், ரூ. 150/= பெறுகிருர். உற்பத்தியை 11 என்று அதிகரிக்கும் போது முற்றுரிமையாளர் விலையைக் குறைவாகவே நிருணயிக்க வேண்டியுள்ளது. ஏனெனில், நுகர்வோரின் தேவையை முற்றுரிமையாளர் நிருணயிக்க முடிவதில்லை. எனவே, மிகுதி யாக விற்கவேண்டுமானுல் விலையைக் குறைக்க வேண்டும். உற்பத்தியாளர் ஒரு பொருளின் விலையை ரூபாய் 14·50 என்று குறைக்கிருர் என்று வைத்துக் கொள்வோமேயானுல் அவர் 11 பொருள்களையும் (11×14·50) ரூபாய் 159·50-க்கு விற்பார். எனவே, இறுதிநிலை வருவாய் (159·50—150·00) ரூபாய் 9·50 ஆகும்.

விலையைச் சராசரி வருவாய் என்றும் கூறலாம். மேலே எடுத்துக் கொண்ட எடுத்துக்காட்டில் இறுதிநிலை வருவாய் ரூ. 9·50 என்றும் சராசரி வருவாய் ரூ. 14·50 என்றும் நாம் அறிவோம். மிகுதியாக விற்க வேண்டுமானுல் விலையைக் குறைக்க வேண்டும். விலை குறைகிறது என்ருல் சராசரி வருவாய்க் குறைந்து கொண்டு செல்லும் போது இறுதி நிலை வருவாய் சராசரி வருவாயை விடக் குறைவாகவே அமையும். எனவே, முற்றுரிமையில் இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் சராசரி வருவாய்க் கோடும் எவ்வாறு அமைகின்றது என்பதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.



படம் 49

வரைபடத்தில் AR என்னும் கோடு சராசரி வருவாயையும் MR என்ற கோடு இறுதிநிலை வருவாயையும் காட்டுகின்றது. முற்றுரிமையாளர் ஒருவரே பொருளை விற்பனையாளர். எனவே, விலையைக் கட்டுப்படுத்த முடியும். விலை குறையக் குறைய தேவை கூடுமாதலால் தேவைக் கோடு D.Dயும் கீழ்நோக்கிச் செல்லும். வரைபடத்தில் தேவைக் கோடும், சராசரி

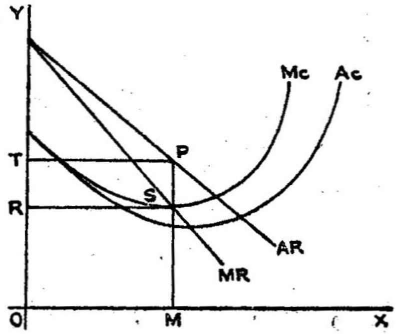
வருவாய்க் கோடும் ஒன்ருக இருக்கின்றது. இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடு சராசரி வருவாய்க் கோட்டைவிடக் கீழ் நோக்கிச் செல்கின்றது. தெளிவாகக் கூறவேண்டுமாஞல் முற்றுரிமையில் இறுதிநிலை வருவாய் விலை அல்லது சராசரி வருவாய் விலையை விடக் குறைவாகவே இருக்கும். இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் சராசரி வருவாய்க் கோடும் கீழ்நோக்கிச் செல்லும். ஆஞல், முற்றுரிமையில் சராசரி வருவாய்க் கோட்டை விட இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடு மிகவும் கீழ்நோக்கிச் செல்லும். (The marginal revenue will be less than the price (average Revenue) under monopoly. The average revenue and marginal revenue curves slope down wards but the marginal revenue curve lies below the average revenue curve under monopoly).

இறுதிநிலை வருவாய் இறுதிநிலைச் செலவைக் காட்டிலும் அதிகமாக இருக்கும் வரை முற்றுரிமையாளருக்கு இலாபம் கிடைத்துக் கொண்டு இருப்பதிஞல் பொருள்களை உற்பத்தி செய்து விற்று வருவான். மேலே கூறிய எடுத்துக்காட்டின்படி 11வது பொருளை உற்பத்தி செய்வதிஞல் இறுதிநிலை வருவாய் ரூபாய் 14·50 ஆஞல் இறுதிநிலைச் செலவு ரூபாய் 8 மட்டுமே.

எனவே, உற்பத்தியை 10லிருந்து 11 பொருளாக அதிகரித்ததில் முற்றுரிமையாளர் இலாபமே ஈட்டுகின்ருர். ஆஞல், பொருள்களின் உற்பத்தியையும் விற்பனையையும் அதிகப்படுத்தும் போது அப்பொருளின் இறுதிநிலை வருவாய் குறைந்து கொண்டே வரும். எனவே, முற்றுரிமையாளர் இறுதி வருவாயும் இறுதி நிலைச் செலவும் சமமாகும் நிலையில் பொருள்களின் அதிகரிப்பை நிறுத்தி விடுவார். (The monopolist will go on increasing output until the marginal cost becomes equal to the marginal revenue). இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாக இருக்கும் போது முற்றுரிமையாளர் இயல்பு கடந்த இலாபத்தை ஈட்டுகிருர். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் நாம் அறிந்துக் கொள்ளலாம்.

பொருளின் உற்பத்தியை அதிகரிக்கும்போது முற்றுரிமையாளர் விலையைக் குறைக்க வேண்டிய நிலையிலேயே இருக்கிருர். எனவே, சராசரி வருவாய்க் கோடு கீழ் நோக்கிச் செல்லுகின்றது. இறுதிநிலை வருவாய் விலையை விடக் குறைவாக இருப்பதிஞல் சராசரி வருவாய்க்கோட்டைவிட இறுதி

நிலே வருவாய்க் கோடும் கீழ்நோக்கியே செல்லும். படத்தில் AR என்ற கோடு சராசரி வருவாய்க் கோடாகவும் MR என்பது இறுதிநிலே வருவாய்க் கோடாகவும் விளங்குகின்றது. முற்றுரிமையாளர் OM அளவு உற்பத்தி செய்வுதுடன் நிறுத்திக் கொள்வான். ஏனெனில், OM அளவில் இறுதிநிலே வருவாயும் இறுதிநிலேச் செலவும் சமமாகின்றது. படத்தில் OM அளவு பொருள்களே உற்பத்தி செய்வதினல் கிடைக்கும் மொத்த வருவாய் OMPT ஆகும். OM அளவு பொருள்களே உற்பத்தி செய்ய ஏற்படும் செலவு OMRS ஆகும். எனவே, முற்றுரிமையாளன் RTPS அளவு இயல்பு கடந்த இலாபத்தை அடைகிருன். OM அளவு உற்பத்தி செய்வதினல் முற்றுரிமையாளர் சமநிலே அடைகிருர்.



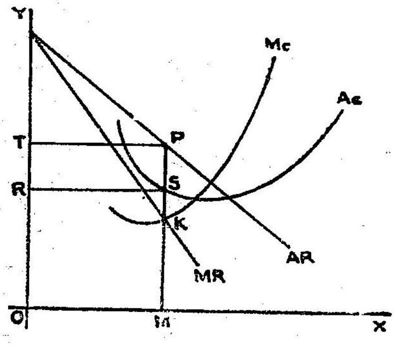
படம் 50

நீண்ட காலத்தில் புதிய நிறுவனங்கள் நுழைய முடியாததால் முற்றுரிமை நிறுவனம் இயல்பு கடந்த இலாபத்தையே நீண்ட காலத்தில் பெறும். எனவே, நீண்ட காலத்தில் முற்றுரிமை விலே சராசரிச் செலவை விட அதிகமாகவே இருக்கும் என்பது தெளிவு.

குறுங்காலத்தில் சராசரி விலே சராசரிச் செலவை விட அதிகமாகவும் இருக்கலாம். குறைவாகவும் இருக்கலாம். அல்லது சமமாகவும் இருக்கலாம். சராசரிச் செலவில் இலாபம் (இயல்பு) அடங்கியிருக்கும் என்பது இங்கே குறிப்பிடத் தக்கது. குறுங் காலத்தில் சராசரி விலே சராசரிச் செலவைக் காட்டிலும் அதிகமாக இருக்குமேயானல் முற்றுரிமை நிறுவனத்திற்கு இயல்பு கடந்த இலாபம் கிடைக்கும். இதனே ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

இறுதிநிலே வருவாயும் இறுதிநிலேச் செலவும் K என்ற புள்ளியில் சமமாவதால் உற்பத்தியின் அளவு OM பொருள்களாக அமையும். இந்நிலேயில் விலே OT என்று நிருணயிக்கப்படுகிறது. OM அளவு பொருள்களின் மொத்த உற்பத்திச் செலவு OMRS என்றும் மொத்த வருவாய் OMPT என்றும் நாம்

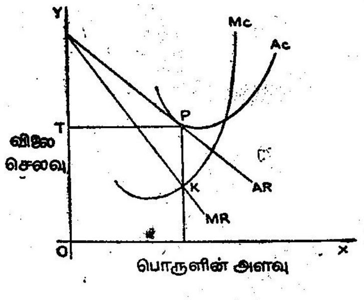
வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம். தெளிவாகக் கூற வேண்டுமானால் சராசரிச் செலவு MS ஆகும். சராசரி வருவாய் PM ஆகும். எனவே, PS அளவு சராசரி இலாபம் கிடைக்கின்றது என்பதை வரைபடம் காட்டுகின்றது. இந்த இலாபம் இயல்பு கடந்த இலாபம் ஆகும்.



படம் 51

குறுங்காலத்தில் சராசரி விலை சராசரிச் செலவுக்குச் சமமாக இருக்கும்போது முற்றுரிமை நிறுவனம் இயல்பான இலாபத்தையே ஈட்ட முடிகின்றது. சராசரி விலையில் இயல்பான இலாபம் அடங்கியிருக்கும். சராசரி விலை சராசரிச் செலவுக்குச் சமமாக இருப்பதினால் உச்சநிலை இலாபத்தை முற்றுரிமையாளன் ஈட்ட முடிவதில்லை. இயல்பான இலாபத்தையே ஈட்ட முடிகின்றது. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறிந்து கொள்ளலாம்.

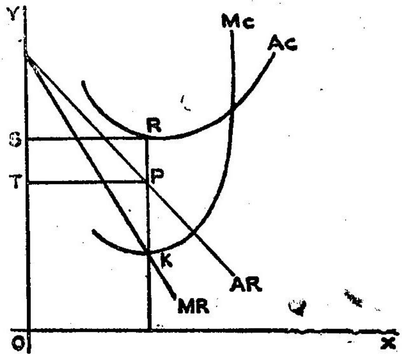
இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடும் K என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றது. எனவே, OT என்பது விலையாகவும் OM என்பது பொருளின் அளவாகவும் நிருணயிக்கப் படுகின்றது. ஆனால், சராசரி விலையும் சராசரிச் செலவும் சமமாக இருப்பதினால் முற்றுரிமையாளன் இயல்பு கடந்த இலாபத்தை ஈட்ட முடிவதில்லை. எனவே, முற்றுரிமையில் இந்த மாதிரியான ஒரு நிலை ஏற்படுவதில்லை. ஆனால், இயல்பான இலாபம் இந்நிலையில் முற்றுரிமையாளன் பெறுவான் என்பது குறிப்பிடத்தக்கது.



படம் 51A

குறுங்காலத்தில் சராசரி விலை சராசரிச் செலவைக் காட்டிலும் குறைவாக இருக்குமேயானால் முற்றுரிமையாளன் நட்டம் அடைய வேண்டிய நிலை ஏற்படும். இந்நிலை முற்றுரிமையில் ஏற்படுவது அரிது. எனினும், பொருளாதார மாற்றத்தினால்

நுகர்வோரின் தேவை மிகக் குறையலாம். இந்நிலையில் முற்றுரிமையாளர் விலையை உற்பத்திச் செலவைக் காட்டிலும் குறைவாகவே நிருணயிக்க வேண்டிய நிலை ஏற்படலாம். இந்நிலையிலும் இறுதிநிலைச் செலவும், இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாக இருப்பதினால் நட்டம் குறைவாகவே இருக்கும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் நாம் அறிந்து கொள்ளலாம்.



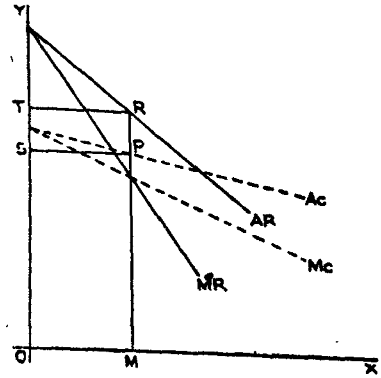
படம் 52

இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் (MR) இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடும் (Mc) K என்ற புள்ளியில் சந்திக்கின்றன. எனவே, OM அளவு பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதில் முற்றுரிமை நிறுவனம் சமநிலையை அடைகின்றது. இந்நிலையில் ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு ஏற்படும் செலவு RM ஆகும். ஒரு பொருளினால் கிடைக்கும் வருவாய் OP ஆகும். எனவே, சராசரி விலை சராசரிச் செலவைவிடக் குறைவாக இருக்கின்றது. எனவே, சராசரி நட்டம் R·P ஆகும். அல்லது மொத்த நட்டம் TSRP என்று கூறலாம். இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாக இருப்பதினால் இந்நட்டம் குறைவாகவே இருக்கும். குறுகிய காலத்தில் முற்றுரிமை நிறுவனம் நட்டத்தை அடைந்தாலும் நீண்டகாலத்தில் இலாபத்தையே அடைகின்றது.

முற்றுரிமையாளர் விலையை நிருணயிக்கும் போது தேவையின் நெகிழ்ச்சியைக் கவனிப்பார் என்று நாம் முதலில் அறிந்து கொண்டோம். அது மட்டுமின்றிக் கவனிப்புப் பக்கத்தையும் கவனிக்கிறார் என்பது குறிப்பிடத்தக்கது. முற்றுரிமையாளர் பொருளை உற்பத்தி செய்யும் போது குறைந்துசெல் விளைவு விதி, வளர்ந்துசெல் விளைவு விதி அல்லது மாறு விளைவு விதி இவைகளில் ஏதாவது ஒன்று செயல்படும் என்பது உறுதி. ஒவ்வொரு விளைவு விதியின் போதும் முற்றுரிமையாளர் எவ்வாறு விலையை நிருணயிக்கிறார் என்பதை இனிக் கவனிப்போம்.

உற்பத்தியில் வளர்ந்துசெல் விளைவு விதி செயல்படுமேயானால், உற்பத்தியின் அளவை மேலும் மேலும் அதிகரிக்கும்

போது உற்பத்திச் செலவு குறைந்து கொண்டே வரும். எனவே, வளர்ந்துசெல் விளைவு விதியைக் குறைந்துசெல் விளைவு எனவும் கூறலாம். உற்பத்தி அதிகரிக்கும் போது செலவு குறைவதினால் இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடும் சராசரிச் செலவுக் கோடும் கீழ்நோக்கிச் செல்லும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.



படம் 53

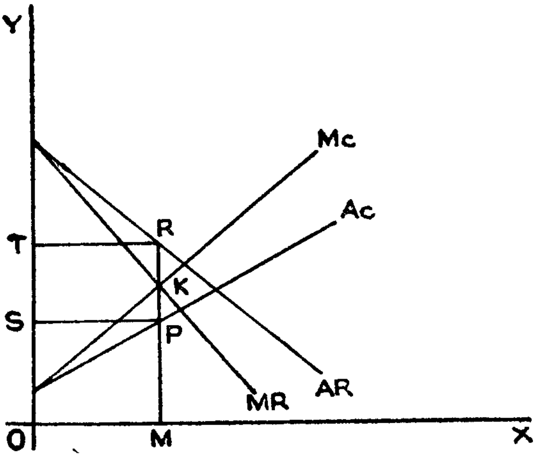
வரைபடத்தில் இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் (MR) இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடும் (Mc) K என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. எனவே, OM அளவு பொருளின் உற்பத்தியில் முற்றுரிமை நிறுவனம் சமநிலை அடைகின்றது. உற்பத்தி மேலும் மேலும் அதிகரிக்க இறுதிநிலைச் செலவும் (Mc) சராசரிச் செலவும் (Ac) கீழ்நோக்கிச் செல்கின்றன. எனவே, OM பொருள்களை OT என்ற விலையில் விற்பதின் மூலம் முற்றுரிமையாளன் STRP அளவு இயல்பு கடந்த இலாபத்தைப் பெற முடிகின்றது.

உற்பத்தியில் குறைந்துசெல் விளைவு செயல்படுமேயானால், உற்பத்தியின் அளவை மேலும் மேலும் அதிகரிக்கும் போது உற்பத்திச் செலவு அதிகரிக்கும். ஆகையினால், குறைந்துசெல் விளைவு விதியை வளர்ந்துசெல் விளைவு விதி என்றும் கூறலாம். உற்பத்தியை அதிகரிக்கும் போது செலவும் அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும். எனவே, இறுதிநிலைச் செலவு சராசரிச் செலவைவிட அதிகமாகவே இருக்கும்.

உற்பத்தி அதிகரிக்கும் போது இறுதிநிலைச் செலவும் சராசரிச் செலவும் அதிகரிப்பதினால் செலவுக் கோடுகள் இடமிருந்து வலமாக உயர்ந்து செல்வதை வரைபடத்தின் மூலம் அறிந்து கொள்ளலாம்.

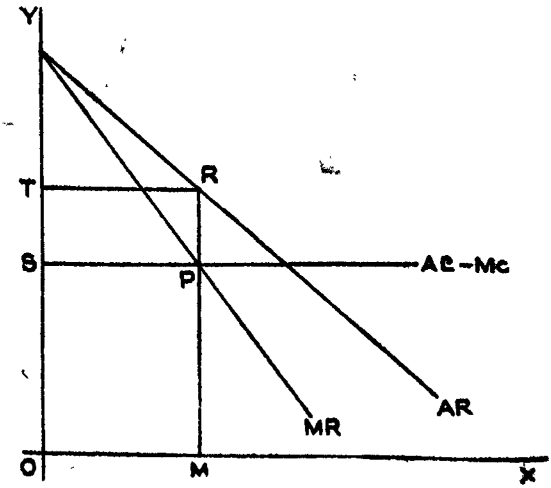
இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலைச் செலவும் K என்ற புள்ளியில் சமமாவதினால் OM அளவு பொருளை உற்பத்தி செய்வதின் மூலம் உற்பத்தியாளர் சமநிலை அடைகிறார். சராசரி விலை RH அடைகிறார். சராசரிச் செலவு PM அளவாகும். எனவே, OM

அளவு பொருளை உற்பத்தி செய்வதினால் STRP அளவு இயல்பு கடந்த இலாபத்தை முற்றுரிமையாளர் அடைகிறார்.



படம் 54

உற்பத்தியில் மாறாத விளைவு விதி செயல்படுமேயானால் உற்பத்தியின் அளவை மேலும் மேலும் அதிகரிக்கும்போது உற்பத்திச்



படம் 55

செலவு மாறாமலிருக்கும். இதனை மாறாச் செலவு விதி என்றும் கூறலாம். உற்பத்தியில் மாறாச் செலவு விதி செயல்படும்

போது இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடும், சராசரிச் செலவுக் கோடும் ஒன்ருகவே ஒரு படுக்கைக் கோடாக OX அச்சில் அமையும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறிந்து கொள்ளலாம்.

உற்பத்தியின் அளவு அதிகரித்தாலும் இறுதிநிலைச் செலவும், சராசரிச் செலவும் ஒரேயளவாக இருப்பதினுல் ஒரே ஒரு படுக்கைக் கோடாக OX அச்சில் காணப்படுகிறது. OM அளவு பொருளை உற்பத்தி செய்து OT அளவில் முற்றுரிமையாளர் விற்கும்போது ஒரு பொருளின் இலாபம் R·P ஆகும். எனவே, OM பொருள்களினுல் முற்றுரிமையாளர் S.TRP அளவு இயல்பு கடந்த இலாபத்தை அடைகிருர் என்பது தெளிவு.

முற்றுரிமையில் விலையானது பொருள்களின் உற்பத்திச் செலவையும், தேவையின் தன்மையையும் பொருத்து அமைகின்றது. உற்பத்தியில் மாரு விளைவு விதி செயல்படுமேயாஞல் விலையும் மாருமல் நீண்ட காலத்திற்கு அமையும். உற்பத்தியில் வளர்ந்துசெல் விளைவு விதி செயல்படுமேயாஞல் பொருள்களின் அதிகரிப்பினுல் செலவு குறைந்து கொண்டே செல்லும். எனவே, முற்றுரிமையாளர் குறைந்த விலையையே நிருணயிக்கலாம். மாருகக் குறைந்துசெல் விளைவு விதி உற்பத்தியில் செயல்படுமேயாஞல் உற்பத்தியை மேலும் மேலும் அதிகரிக்கும் போது செலவு அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும். எனவே, விலையும் அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும். உற்பத்திச் செலவை மட்டுமின்றித் தேவையையும் பொருத்து விலை அமைகிறது.

தேவை நெகிழ்ச்சி உள்ளதாக இருப்பின் முற்றுரிமையாளர் குறைந்த விலையையே நிருணயிக்கிருர். மாருகத் தேவை நெகிழ்ச்சி அற்றதாக இருக்கும் போது அதிகமான விலையை முற்றுரிமையாளர் நிருணயிக்கிருர்.

பேதங்காட்டும் விற்பனை முற்றுரிமை
(Discriminating Monopoly)

முற்றுரிமையாளர் உற்பத்தியின் அளிப்பை நுகர்வோரின் தேவைத் தன்மைக்கும், உற்பத்திச் செலவுக்கும் ஏற்றபடி மாற்றி அமைத்து, உயர்ந்த விலையில் பொருள்களை விற்று மிகுதியாக இலாபத்தை ஈட்டுவார். இவ்வகையான முற்றுரிமைக்குச் சாதாரண முற்றுரிமை (Simple Monopoly) என்று பெயர். சில வேளைகளில் முற்றுரிமையாளர் வெவ்வேறு இடங்களில்,

வெவ்வேறு நுகர்வோர்களுக்கு வெவ்வேறு விலைகளில் தன்னுடைய பொருள்களை விற்று அதிகமாக இலாபத்தை ஈட்டுவார். இந்த மாதிரியான முற்றுரிமைக்குப் பேதங்காட்டும் விற்பனை முற்றுரிமை (Discriminating Monopoly) என்று பெயர்.

பேதங்காட்டும் வகைகள்

(1) முற்றுரிமையாளர் தன்னுடைய பொருளை ஒரே விலையில் எல்லா நுகர்வோருக்கும் விற்காமல் ஒருவருக்கு ஒரு விலையிலும் மற்றொருவருக்கு வேறொரு விலையிலும் விற்கலாம். நுகர்வோரின் வாங்கும் திறமைக்கு ஏற்றபடி பொருளின் விலையை வேறுபடுத்தி விற்கலாம்.

(2) முற்றுரிமையாளர் நேரத்திற்கேற்ப விலையைக் குறைத்தோ அல்லது கூட்டியோ பொருள்களை விற்கலாம். எவ்வாறு வாடகைக் கார் (Taxi) வைத்திருக்கும் ஒருவன் பகலில் ஒரு (குறைந்த) வாடகையையும் இரவில் அதிகமான ஒரு வாடகையையும் பெறுகிறானோ அதே போல முற்றுரிமையாளரும் நேரத்திற்கேற்ப விலையை மாற்றிப் பொருள்களை விற்கலாம்.

(3) முற்றுரிமையாளர் இடத்திற்கேற்ப பொருள்களின் விலையை வேறுபடுத்தி விற்கலாம். எடுத்துக்காட்டாகச் செல்வர்கள் வாழும் பகுதியில் அதிக விலைக்கும், ஏழை மக்கள் வாழும் சேரியில் குறைந்த விலைக்கும் பொருள்களை விற்கலாம்.

(4) உயர்ந்த விலையில் ஒரு பொருளை வாங்கினால் அதன் தன்மை சிறந்ததாக இருக்கும் என்று நினைக்கும் நுகர்வோரின் எண்ணத்திற்கேற்ப, இப்படிப்பட்ட நுகர்வோருக்குப் பொருள்களை உயர்ந்த விலையிலும், மற்றவர்களுக்குக் குறைந்த விலையிலும் முற்றுரிமையாளன் தன் பொருள்களை விற்கலாம்.

(5) ஒரு பொருளை அதன் உபயோகத்திற்கேற்ப விலையை வேறுபடுத்தி விற்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக மின்சாரத்தை வீடுகளில் பயன்படுத்துவதற்கு ஒரு கட்டணத்தையும், மற்ற உபயோகத்திற்குப் பயன்படுத்தும்போது வேறுபாடான கட்டணத்தையும் வசூலிப்பதை நாம் அறிவோம்.

(6) பொருள்களுக்கு ஏற்ப விலையை மாற்றுவதையும் நாம் காணலாம். நம் நாட்டில் புகைவண்டிப் போக்குவரத்து ஒரு முற்றுரிமை நிறுவனமாகும். இங்கே உணவுப் பொருள்கள் போன்றவைகளுக்குக் குறைந்த கட்டணமும், ஆடம்பரப் பொருள்களை ஏற்றிச் செல்வதற்கு அதிகமான கட்டணத்தையும் வசூலிப்பதை நாம் அறிவோம்.

விலை வேறுபாட்டிற்கான நிபந்தனைகள்

(1) ஒரு பொருளுக்குப் பதிலிப் பொருள் அங்காடியில் இருக்கக் கூடாது. மேலும், போட்டிக்கான விற்பனையாளர்கள் அங்காடியில் இல்லாதிருக்க வேண்டும்.

(2) முற்றுரிமை பொருள்களை விற்பதற்கு இரண்டிற்கு மேற்பட்ட அங்காடி நிலவவேண்டும். அங்காடியில் நுகர்வோரின் தேவைக்கு ஏற்றபடி விலையை அதிகரித்தோ அல்லது குறைத்தோ பொருள்களை விற்க வேண்டும். தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்குமேயானால் முற்றுரிமையாளர் விலையை உயர்த்திப் பொருள்களை விற்கலாம். ஆனால், குறைந்த விலையில் ஓர் அங்காடியில் வாங்கிய பொருள்களைக் கொண்டு போய் விலை அதிகமாயுள்ள மற்றொரு அங்காடியில் நுகர்வோன் விடக்கூடாது.

விலை நிருணயம்

முற்றுரிமையில் முற்றுரிமையாளர் உச்சநிலை இலாபத்தையே ஈட்ட முயற்சி செய்வார். எடுத்துக்காட்டாக இரு அங்காடிகள் இருப்பதாக எடுத்துக் கொள்வோம். இரு அங்காடிகளிலும் தேவை நெகிழ்ச்சியில் வேறுபாடு இருக்கிறது என்றும் எடுத்துக் கொள்வோம். ஒவ்வொரு அங்காடியிலும் அங்கே உள்ள தேவைக்கேற்ப முற்றுரிமையாளர் விலையை நிருண்யிப்பார். ஒவ்வொரு அங்காடியிலும் இறுதிநிலை வருவாய் இறுதிநிலைச் செலவுக்குச் சமமாக இருக்கும்போது முற்றுரிமையாளர் உச்ச இலாபத்தையும், சம நிலையையும் அடைவார். மொத்த உற்பத்தியின் இறுதிநிலை செலவு சமமாகவே இருப்பதனால் அங்காடிகளின் இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாகவே இருக்க வேண்டும்.

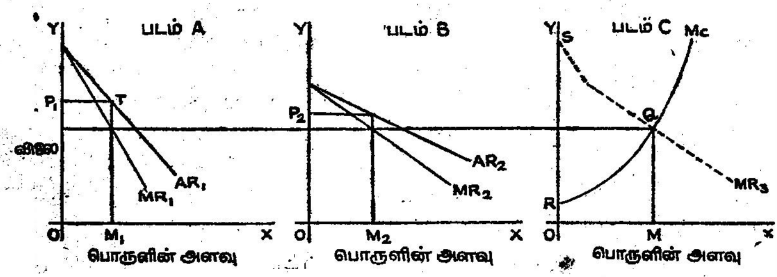
எனவே, முற்றுரிமையாளர் மிக உயர்ந்த அளவில் தனது இலாபத்தைப் பெற இரண்டு சூழ்நிலைகள் அமையவேண்டும். முதலாவதாக இரு அங்காடிகளிலும் இறுதிநிலை வருவாய் சமமாய் இருக்கவேண்டும். இரண்டாவதாக இரு அங்காடிகளிலும் தங்களுக்குரிய இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலை உற்பத்திச் சமமாக இருக்க வேண்டும்.

இரண்டு அங்காடிகளிலும் தேவை நெகிழ்ச்சி வேறுபடுவதாக எடுத்துக்கொள்வோம். அதாவது முதலாவது அங்காடியில் தேவை நெகிழ்ச்சி உள்ளதாயும், இரண்டாவது அங்காடியில் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாயும் வைத்துக் கொள்வோம். தேவை நெகிழ்ச்சியுள்ள முதல் அங்காடியில் விலையைக் குறைத்து

அதிகமான பொருள்களை விற்பதின் மூலம் முற்றுரிமையாளர் இலாபத்தை அடைய முடியும். இரண்டாவது அங்காடியில் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருப்பதால் உயர்ந்த விலையை விதித்து முற்றுரிமையாளர் இலாபத்தை அடைய முடியும். எனவே, முதலாவது அங்காடியில் குறைந்த விலையும், இரண்டாவது அங்காடியில் அதிக விலையும் முற்றுரிமையாளரினுல் விதிக்கப்படும் என்பது தெளிவு. இவ்வாறு விலை வேறுபடும் போது முதலாவது அங்காடியில் விற்பனை மிகுந்தும், இரண்டாவது அங்காடியில் விற்பனை குறைந்தும் காணப்படும். இதனுல் இரண்டாவது அங்காடியிலிருந்து பொருளை முதலாவது அங்காடியில் கொண்டு போய் விற்க வேண்டிய நிலை ஏற்பட்டுள்ளது. இவ்விரு அங்காடிகளின் சராசரி வருவாய் ஒன்று போல இருந்தாலும் இறுதிநிலை வருவாய் வேறுபடுகின்றது. தேவை நெகிழ்ச்சியுள்ள முதலாவது அங்காடியில் இறுதிநிலை வருவாய் மிகுதியாக இருப்பதனுல் முற்றுரிமையாளர் பொருள்களை இரண்டாவது அங்காடியிலிருந்து முதலாவது அங்காடிக்கு மாற்றுகிருர். இவ்வாறே இரு அங்காடிகளின் இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாக இருக்கும்வரை பொருள்களை முதலாம் அங்காடிக்கு மாற்றலாம். பொருளின் இறுதிநிலை வருவாய் இரு அங்காடிகளிலும் சமமாக இருக்கும்போது பொருள்களின் மாற்றம் நிறுத்தப்படும். எனவே, முற்றுரிமையாளர் உச்ச இலாபத்தைப் பெற முதலாவதாக அங்காடிகளின் இறுதிநிலை வருவாய்ச் சமமாக இருக்க வேண்டும்.

இரண்டாவதாக மேலே குறிப்பிடப்பட்ட இரு அங்காடிகளின் இறுதிநிலை வருவாயானது அவ்வவற்றிற்குரிய இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவுக்குச் சமமாக இருக்கவேண்டும். அப்பொழுதுதான் முற்றுரிமையாளர் உச்சநிலை இலாபத்தையும், சமநிலையையும் அடையமுடியும். உற்பத்தியின் அளவைக் கூட்டவோ குறைக்கவோ இல்லாது சமநிலையில் இருப்பதற்கு இறுதிநிலைச் செலவும், இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாக இருக்க வேண்டும். முதலாவது அங்காடியில் இறுதிநிலை வருவாயை விட இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவு குறைவாக இருக்குமேயானுல் முற்றுரிமையாளர் தன்னுடைய விற்பனையை மிகுப்பதின் மூலம் இலாபத்தைப் பெருக்குகிருர். இரண்டாவது அங்காடியில் இறுதிநிலை வருவாயானது இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவைவிடக் குறைவாகவே இருக்கின்றது என்று எடுத்துக் கொள்வோம். இந்நிலையில் இந்த அங்காடியில் பொருள்கள் விற்பதைக் குறைப்பதின் மூலம் முற்றுரிமையாளன் இலாபம் பெருகும். எனவே, இறுதிநிலை வருவாய்க்கும் இறுதிநிலைச்செலவுக்குமிடையே வேறு

பாடு இருக்கும்போது முற்றுரிமையாளன் விற்பனையைக் கூட்டவோ அல்லது குறைக்கவோ வேண்டிய நிலை உண்டாகின்றது. சமநிலை உருவாகுவதற்கு முதலாவது அங்காடியின் இறுதிநிலை வருவாயும், இரண்டாவது அங்காடியின் இறுதிநிலை வருவாயும் மொத்த உற்பத்திச் செலவுக்குச் சமமாக இருக்க வேண்டும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.



படம் 56

வரைபடத்தில் இரு அங்காடிகளின் இறுதிநிலை வருவாயையும், சராசரி வருவாயையும் காட்டப்பட்டுள்ளன. படம் A யில் சராசரி வருவாய்க் கோட்டின் சரிவிலிருந்து அங்குத் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்கிறது என்று தெரிகிறது. படம் B யின் சராசரி வருவாய்க் கோட்டின் சரிவிலிருந்து அங்குத் தேவை நெகிழ்ச்சியுள்ளதாக இருக்கிறது என்றும் விளங்குகிறது. படம் C-யில் Mc என்பது மொத்த உற்பத்தியின் இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடாகும். MR_3 என்பது இரண்டு அங்காடிகளின் இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடுகளின் கூட்டுத் தொகையாகும். எனவே, இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும், மொத்த உற்பத்தியின் இறுதி நிலைச் செலவும் Q என்ற புள்ளியில் சமமாவதால் OM அளவு பொருளை உற்பத்தி செய்வதின் மூலம் முற்றுரிமையாளர் மிக உயர்ந்த இலாபத்தையும், சமநிலையையும் அடைகிறார். மொத்த உற்பத்தியாகிய OM அளவு பொருள்களை இரு அங்காடிகளிலும் அதனதன் இறுதிநிலை வருவாயும், இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவும் சமமாக இருக்கின்ற நிலையில் பங்கிட்டு விற்பதினால் முற்றுரிமையாளர் இலாபம் பெறமுடியும். இவ்வாறாக OM_1 அளவு பொருள்களை OP_1 என்ற விலையிலும் OM_2 அளவு பொருள்களை OP_2 என்ற விலையிலும் இரு அங்காடிகளில் விற்பதின் மூலம் முற்றுரிமையாளர் SQR என்ற அளவு மொத்த இலாபத்தைப் பெறுகிறார்.

10. நிறை குறைப் போட்டி

(Imperfect Competition)

நடைமுறையில் அங்காடிகளில் நிறை குறைப் போட்டியே நிலவுகின்றன. நிறை குறைப் போட்டி என்பது நிறைவுப் போட்டிக்கும், முற்றுரிமைக்கும் இடைப்பட்ட ஒன்ருகும். நிறைவுப் போட்டியின் இயல்புகளும், முற்றுரிமையின் இயல்புகளும் இந் நிறை குறைப் போட்டியில் காணப்படும். இம்மாதிரியான போட்டியைப் பொருளியல் வல்லுநரான திருமதி ஜோன் ராபின்சன் (Mrs. Joan Robinson) 'நிறை குறைப் போட்டி' (Imperfect Competition) என்றும், பொருளியல் வல்லுநரான சேம்பர்லின் (Champerlin) 'முற்றுரிமைப் போட்டி' (Monopolistic Competition) என்றும் கூறுகின்ருர்கள்.

இயல்புகள்

1. தொழிலில் புதிய நிறுவனங்கள் நுழைவதற்கும் வெளியேறுவதற்கும் தடை ஏதும் இருப்பதில்லை.

2. அங்காடியில் அதிகமான நிறுவனங்கள் செயல்படுகின்றன. எனவே, தனி நிறுவனம் மொத்த உற்பத்தியைக் கட்டுப்படுத்த முடிவதில்லை. மொத்த உற்பத்தியில் சிறிய அளவே ஒவ்வொரு நிறுவனமும் உற்பத்தி செய்துவிடுகின்றன.

3. விற்பவர்களும், வாங்குபவர்களும் அங்காடியின் எல்லா விவரங்களையும் தெரிந்திருக்கமாட்டார்கள்.

4. விற்பனையாளர் பலர் இருப்பதினுல் ஒவ்வொருவரும் தங்கள் விற்பனையைப் பெருக்குவதற்காக விளம்பரம் போன்ற விற்பனைச் செலவுகளைச் செய்கிருர்கள்.

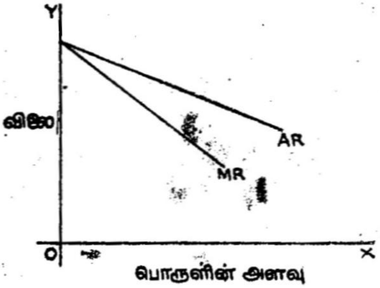
5. விற்பனையாளர்கள் பலர் இருந்தும் நுகர்வோரில் பலர் ஒரு சில விற்பனையாளர்களிடமே வாடிக்கையாகப் பொருள்களை வாங்குகிருர்கள்.

6. குறுகிய காலத்தில் இயல்பு கடந்த இலாபத்தை நிறுவனங்கள் பெறலாம். ஆனுல், புதிய நிறுவனங்களின் நுழைவினுல் நீண்ட காலத்தில் இயல்பான இலாபத்தையே எல்லா நிறுவனங்களும் பெறுகின்றன.

7. பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்களுக்கும் அங்காடிகளுக்குமிடையே உள்ள தூரத்தை ஒட்டியும், அப் பொருள்களை எடுத்துச் செல்ல ஏற்படும் போக்குவரத்துச் செலவை ஒட்டியும் பொருள்களின் விலையில் வேறுபாடு ஏற்படு கின்றன.

முற்றுரிமைப் போட்டியில் விலை நிருணயம்

முற்றுரிமைப் போட்டியில் உற்பத்தியாளர் அதிகமானப் பொருள்களை ஒரே விலையில் விற்க முடிவதில்லை. பொருள்களை அதிகமாக விற்க வேண்டுமானால் உற்பத்தியாளர் தன்னுடைய பொருள்களின் விலையைக் குறைக்க வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக 10 பொருள்களை ரூபாய் 3 வீதம் ஓர் உற்பத்தியாளர் விற்கிறார் என்றால் அவருடைய வருமானம் ரூபாய் 30 ஆகும். அவரோ 11 பொருள்களை விற்க விரும்புகிறார் என்று எடுத்துக் கொள்வோமானால் விலையை ரூபாய் 2·90 என்று குறைக்க வேண்டும். எனவே, 11 பொருள்களையும் (11 × 2·90) ரூபாய் 31·90-க்கு விற்பார். ஆகையால் இறுதிநிலை வருவாய் ரூபாய் 1·90. ஆகும். ஆனால், விலை ரூபாய் 2·90 என்பது தெளிவு. எனவே, நிறை குறைப் போட்டியில் விலையைக் காட்டிலும் இறுதிநிலை வருவாய்க் குறைவாகவே இருக்கும் என்பது புலனாகிறது. ஆகவே, பொருள்களின் எண்ணிக்கையை உற்பத்தியாளன் அதிகரிக்கும்போது அவற்றைக் குறைந்த விலையிலேயே விற்பதினால் சராசரி வருவாயும், இறுதிநிலை வருவாயும் குறைவாகவே அமைகின்றன. எனவே, முற்றுரிமைப் போட்டியில் சராசரி வருவாய்க் கோடும், இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் கீழ்நோக்கிச் சரிந்துச் செல்லும். ஆனால், இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடு, சராசரி வருவாய்க் கோட்டைக் காட்டிலும் கீழே செல்லும். இதனைக் கீழேயுள்ள வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.

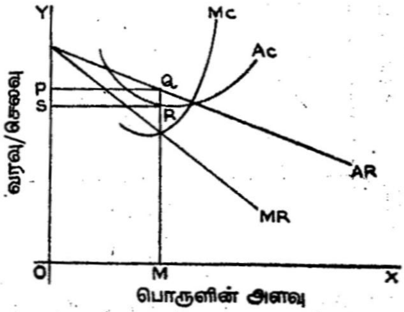


படம் 57

இறுதிநிலை வருவாயானது இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவிற்கு மேல் அதிகமாக இருக்கும் வரை, உற்பத்தியாளன் பொருள்களை உற்பத்திச் செய்து விற்று வருபவன். பொருள்களை அதிகமாக விற்க முயலும்போது விலையைக் குறைக்க வேண்டியதுள்ளதால் ஒரு நிலையில் பொருளின் இறுதிநிலை வருவாயும், இறுதிநிலை செலவும் சமமாக வேண்டிய நிலை உருவாகின்றது.

இந்நிலையில் உற்பத்தியாளன் பொருள்களை மேலும், உற்பத்தி செய்து விற்பதை நிறுத்திவிடுகிருன். எனவே, இறுதிநிலை வருவாயும், இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாகும்போது உற்பத்தியாளர் சமநிலை அடைவதுடன் அதிக இலாபத்தை ஈட்டுகிருர். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.

உற்பத்தியாளர் பொருள்களை அதிகமாக விற்க எண்ணும்போது விலையைக் குறைக்க வேண்டியுள்ளதால் சராசரி வருவாய்க் கோடும் (AR) இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் (MR) கீழ்நோக்கிச் செல்லுகின்றன. உற்பத்தியாளர் இறுதிநிலை வருவாயும், இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாகும் நிலையில் உச்ச இலாபத்தையும், சமநிலையை அடைவார். எனவே, வரைபடத்தில் OM அளவு பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதில் உற்பத்தியாளர் சமநிலையடைவார். மேலும், OM அளவு பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய ஏற்படும் மொத்தச் செலவு OMRS ஆகும். ஆனல், OM அளவு பொருள்களின் வருமானம் OMQP ஆகும். எனவே, உற்பத்தியாளர் PQRS அளவு இயல்பு கடந்த இலாபத்தை அடைகிருர்.

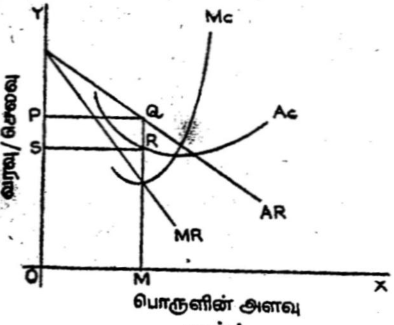


படம் 58

குறுகிய கால விலை நிருணயம்

குறுகிய காலத்தில் மிகுதியாக இலாபம் கிடைக்கின்றபொழுது புதிய நிறுவனங்கள் அப் பொருளின் உற்பத்தியில் நுழைகின்றன. ஆகவே, மிகுதியான இலாபம் நாளடைவில் குறைந்துவிடுகின்றன. குறுகிய காலத்தில் சில நிறுவனங்கள் நட்டம் அடைவதும் உண்டு. நிறை குறைப் போட்டியில் பல நிறுவனங்கள், இருக்கின்றதினல் எல்லா நிறுவனங்களும் ஒரே விலையில் தங்கள் பொருள்களை விற்பதில்லை. எனவே, நிறை குறைப் போட்டியில் நிறுவனங்கள் யாவும் ஒரேயளவு இலாபத்தை ஈட்ட முடிவதில்லை. பொதுவாகக் குறுகிய காலத்தில் நிறை குறைப் போட்டியில் நிறுவனங்கள் மூன்று நிலையில் இருக்கின்றன. சில நிறுவனங்கள் இயல்பு கடந்த இலாபத்தைப் பெறலாம். சில இயல்பான இலாபத்தைப் பெறலாம். சில நிறுவனங்கள் சிறிது நட்டத்திலேயும் செயல்படலாம். இம்மூன்று நிலை

களையும் கீழேயுள்ள A, B, C என்ற மூன்று படங்கள் விளங்கு கின்றன.

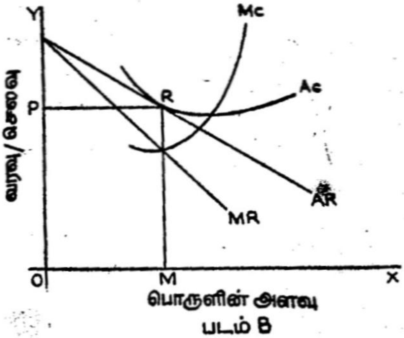


படம் A

படம் 59

வரைபடம் A யில் OM பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு OMRS அளவு மொத்த உற்பத்திச் செலவு ஆகிறது. ஆனால், OM பொருளின் மூலம் OMQP வருமானம் கிடைப்பதால் PQRS அளவு இயல்பு கடந்த இலாபத்தை உற்பத்தியாளர் பெறமுடியும். எனவே, குறுகிய காலத்தில் ஒரு சில நிறுவனங்கள் இவ்விதமான இயல்பு கடந்த இலாபத்தைப் பெறுவதும் உண்டு.

வரைபடம் B யில் OM அளவு பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு ஏற்படும் மொத்தச் செலவு OMRP ஆகும். OM அளவு பொருள்களின் மூலம் கிடைக்கும் வருமானமும் OMRP ஆகும். எனவே, இங்கே இயல்பு கடந்த இலாபத்தை உற்பத்தியாளர் பெற முடிவதில்லை. ஆனால், விலையில் இயல்பு இலாபம் சேர்ந்து இருப்பதினால் உற்பத்தியாளருக்கு இயல்பு இலாபம் மட்டுமே கிடைக்கிறது. குறுகிய காலத்தில் ஒரு சில நிறுவனங்கள் இயல்பு இலாபத்தை மட்டும் பெற்றுக் கொண்டு செயல்புரிவதும் உண்டு.



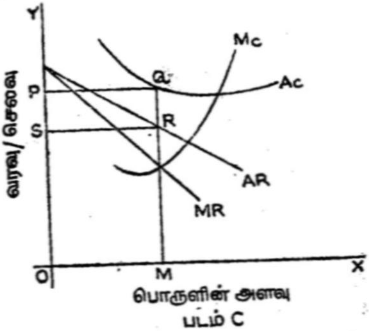
படம் B

படம் 60

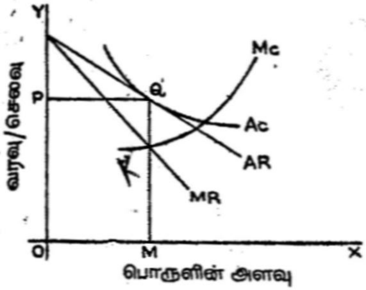
வரைபடம் C யில் OM அளவு பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு ஏற்படும் செலவு OMQP ஆகும். ஆனால், OM அளவு பொருள்களின் மூலம் கிடைக்கும் வருமானம் OMRS ஆகும். எனவே, OM அளவு பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதிலிருந்தும் PQRS அளவு நட்டம் ஏற்படுகிறது. குறுகிய காலத்தில்

இவ்வாறாகச் சிறு நட்டங்களும் ஏற்படுகின்றது. குறுகிய காலத்தில் இவ்வாறாகச் சிறு நட்டங்களையும் ஏற்றுக் கொண்டு சில நிறுவனங்கள் நிறை குறைப் போட்டியில் செயல் புரிவதும் உண்டு.

ஒரு தொழிலில் குறுகிய காலத்தில் இயல்பு கடந்த இலாபம் கிடைக்கும்போது புதிய நிறுவனங்கள் பல அத் தொழிலில் தோன்றுகின்றன. எனவே, போட்டிக் கடுமையாக மாறி நீண்ட காலத்தில் இயல்பு கடந்த இலாபம் பெற வழியில்லாது போகிறது. அதே போல குறுகிய காலத்தில் நட்டம் நிலவும்போது நிறுவனங்கள் அத்தொழிலிலிருந்து வெளியேறுகின்றன. எனவே, நீண்ட காலத்தில் ஒவ்வொரு நிறுவனமும் இயல்பான இலாபத்தைப் பெறும். நீண்ட காலத்தில் பொருள்களின் அளிப்பும் தேவையும் சமமாக இருக்கும். அதுமட்டுமின்றிப் புதிய நிறுவனங்கள் நுழையாத நிலையும், பழைய நிறுவனங்கள் தொழிலை விட்டு வெளியேறாத நிலையும் நிலவும். இந்நிலையில் இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலை செலவும் சமமாக இருக்கும். மேலும், சராசரி செலவும் சராசரி வருவாயும் சமமாகவும் இருப்பதினால் உற்பத்தியாளர் இயல்பு இலாபத்தையே பெறுவார். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.



படம் 61



படம் 62

நீண்ட காலத்தில் இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவும் இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாகும் நிலையில் உற்பத்தியாளர் சமநிலை அடைகிறார். OM அளவு பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதின் மூலம் இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் (MR) இறுதிநிலைச் செலவுக் கோடும் (Mc) K என்ற புள்ளியில் சமமாகிறது. OM அளவு பொருள்களை உற்பத்தி செய்து OP விலையில் விற்கும்போது சராசரி செலவும் சராசரி வருவாயும் சமமாகிறது. எனவே, நீண்ட

காலத்தில் நிறை குறைப் போட்டியில் உற்பத்தியாளர் இயல்பு இலாபத்தைப் பெறுகிறுர் என்பது விளங்குகிறது.

சில்லோர் முற்றுரிமை
(Oligopoly)

முற்றுரிமைப் போட்டியில் அல்லது நிறை குறைப் போட்டியில் சில்லோர் முற்றுரிமை ஒருவகையாகும். இதை ஆங்கிலத்தில் 'ஆலிகாப்பலி' (Oligopoly) என்று கூறுவர்ர்கள். இந்தச் சொற்கள் கிரேக்க மொழியிலிருந்து வந்ததாகும். இதனையே தமிழில் சில்லோர் முற்றுரிமை என்று அழைக்கப்படுகிறது. சில்லோர் முற்றுரிமையில் விற்பனையாளர்கள் சிலராகக் காணப்படுவார்கள். இவர்கள் விற்கும் பொருள்கள் ஒன்றுக்கொன்று ஒப்பானவைகளாகவே அமைந்திருக்கும். அங்காடியில் ஒரு சில விற்பனையாளர்களே உள்ளதினுல் அவர்களால் மொத்தப் பொருள்களின் விற்பனையைக் கட்டுப்படுத்த முடிகின்றது.

சில்லோர் முற்றுரிமையின் வகைகள்

சில்லோர் முற்றுரிமையை நிறைவான சில்லோர் முற்றுரிமை (Pure Oligopoly) என்றும் நிறை குறைச் சில்லோர் முற்றுரிமை (Imperfect or Differentiated Oligopoly) என்றும் இருவகைகளாகப் பிரிக்கலாம். நிறைவானச் சில்லோர் முற்றுரிமையில் செயல்படுகின்ற நிறுவனங்கள் விற்பனை செய்யும் பொருள்கள் ஒப்பான அல்லது ஓரியல்பான தன்மையுடையதாக இருக்கும். நிறை குறைச் சில்லோர் முற்றுரிமையில் செயல்படும் நிறுவனங்களின் பொருள்கள் முழுமையாகப் பதிலிகளாக இல்லாமல் நெருங்கிய பதிலிகளாக (Products which are close but not perfect substitutes) இருக்கும்.

சில்லோர் முற்றுரிமையை இணைப்புள்ள சில்லோர் முற்றுரிமை (Collusive Oligopoly) என்றும் இணைப்பற்ற சில்லோர் முற்றுரிமை (Non-Collusive Oligopoly) என்றும் மேலும் இருவகைகளாகப் பிரிக்கலாம். சில்லோர் முற்றுரிமையில் ஈடுபட்டிருக்கும் நிறுவனங்கள் தங்களுக்குள் மறைவாக விலை நிருணயம் உற்பத்திப் பொருள்களின் அளவு இவைகளைப் பற்றி உடன்படிக்கை செய்து கொள்ளுமானுல் அந்நிறுவனங்களுக்கு இணைப்புள்ள சில்லோர் முற்றுரிமை என்று பெயர். எந்தவிதமான உடன்படிக்கைகளும் அந்நிறுவனங்களுக்குள் இல்லாதிருக்குமேயானுல் அந்நிறுவனங்களை இணைப்பற்ற சில்லோர் முற்றுரிமை நிறுவனங்கள் எனப்படும்.

சில்லோர் முற்றுரிமையைத் திறப்பான சில்லோர் முற்றுரிமை (Open-Oligopoly) என்றும், மூடிய சில்லோர் முற்றுரிமை (Closed-Oligopoly) என்றும் வேறு விதமாகப் பிரிக்கலாம். தடையின்றிப் புதிய நிறுவனங்கள் நுழையும் நிலையைத் திறப்பான சில்லோர் முற்றுரிமை என்றும், புதிய நிறுவனங்கள் நுழைய முடியாத நிலையை மூடிய சில்லோர் முற்றுரிமை என்றும் கூறலாம்.

சில்லோர் முற்றுரிமையை வாணிக மன்றங்களின் கூட்டுச் சில்லோர் முற்றுரிமை (Syndicated-Oligopoly) என்றும், அமைப்புள்ள சில்லோர் முற்றுரிமை (Organised-Oligopoly) என்றும் மற்றொரு வகையாகப் பிரிக்கலாம். விற்பனையாளர்கள் ஒன்று சேர்ந்து வாணிக மன்றம் அமைத்து, அவ்வாணிக மன்றத்தின் மூலம் விலை, பொருள்களின் உற்பத்தி போன்றவைகளை நிருணயித்து, ஒவ்வொரு விற்பனையாளரும் தனக்கெனக் கொடுக்கப் பட்ட அளவுக்கு (guotas) அதிகமாக உற்பத்தி செய்யாமல் செயல்படும் நிலைக்கு வாணிக மன்றங்களின் கூட்டுச் சில்லோர் முற்றுரிமை என்று பெயர். மாறாக ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அல்லது விற்பனையாளரும் தானாகவே விலையையும் பொருள்களையும் நிருணயித்துக் கொள்ளும் நிலையில் இருக்குமேயானால் அச்சில்லோர் முற்றுரிமைக்கு அமைப்புள்ள சில்லோர் முற்றுரிமை என்று பெயர்.

சிறப்பியல்புகள்

1. குறைந்த அளவு எண்ணிக்கையுள்ள நிறுவனங்கள் இச்சில்லோர் முற்றுரிமையில் செயல் புரிகின்றன. மேலும், அதிக வேறுபாடில்லாத ஓரியல்பான பொருள்களையே விற்கின்றன. எனவே, ஒவ்வொரு நிறுவனமும் மொத்தப் பொருள்களின் அளவைப் பாதிக்கலாம்.

2. சில்லோர் முற்றுரிமையில் செயல்புரியும் நிறுவனங்கள் சிலவாக இருப்பதால் உறுதியற்ற ஆனால், ஒன்றை ஒன்று சார்ந்த நிறுவனங்களாகக் காணப்படுகின்றன. விலையைச் சிறிது குறைப்பதால் எவ்வளவு பொருள்கள் விற்க முடியும் என்று திட்டவட்டமாகச் சொல்ல முடியாத நிலையில் நிறுவனங்கள் செயல்படுகின்றன. எனவே, சராசரி வருவாய்க் கோடும் தேவைக் கோடும் எவ்வாறு அமைகின்றன என்று உறுதியாகச் சொல்ல முடிவதில்லை.

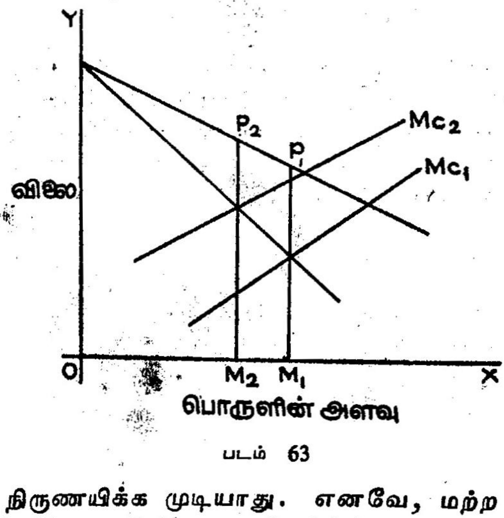
3. சில்லோர் முற்றுரிமையில் சில நிறுவனங்கள் ஒன்று சேர்ந்து அவைகளே மொத்த உற்பத்தி பொருள்களின் அளவை

யும், ஒவ்வொரு நிறுவனமும் உற்பத்தி செய்யும் அளவையும் (Quotas) விலையையும் நிருணயம் செய்கிறது. எனவே, சில்லோர் முற்றுரிமைக்குள் ஒரு குட்டி முற்றுரிமை செயல்படுகிறது.

4. சில்லோர் முற்றுரிமையில் சில நிறுவனங்கள் வாணிக மன்றங்களின் கூட்டுச் சில்லோர் முற்றுரிமையின்படி இரகசிய ஒப்பந்தங்கள் ஏற்படுத்திக் கொண்டு செயல்படுகிறது. சில நிறுவனங்கள் அமைப்புள்ள சில்லோர் முற்றுரிமை மூலம் தனியே நின்று செயல்படுகிறது. எனவே, சில்லோர் முற்றுரிமையில் இரு முரண்பட்ட நோக்குகள் இருப்பதை நாம் அறியலாம்.

சில்லோர் முற்றுரிமையில் விலை நிருணயம்

சில்லோர் முற்றுரிமையில் செயல்படும் நிறுவனங்களில் ஏதாவது ஒரு நிறுவனம் விலையை நிருணயிக்க அந்த விலையை ஏற்றுக் கொண்டு மற்ற நிறுவனங்கள் செயல்படலாம். இதற்கு 'விலைத் தலைமை' (Price Leadership) என்று பெயர். பொதுவாகக் குறைந்த அளவு இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவு ஏற்படக் கூடிய நிறுவனமே விலையை நிருணயிக்கும். அதாவது இந்த நிறுவனத்தின் இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவு மற்ற நிறுவனங்களைவிடக் குறைவாக இருப்பதால் விலையைக் குறைவாகவே நிருணயிக்கும். சில்லோர் முற்றுரிமையில் மற்ற நிறுவனங்கள் அதிகமான



படம் 63

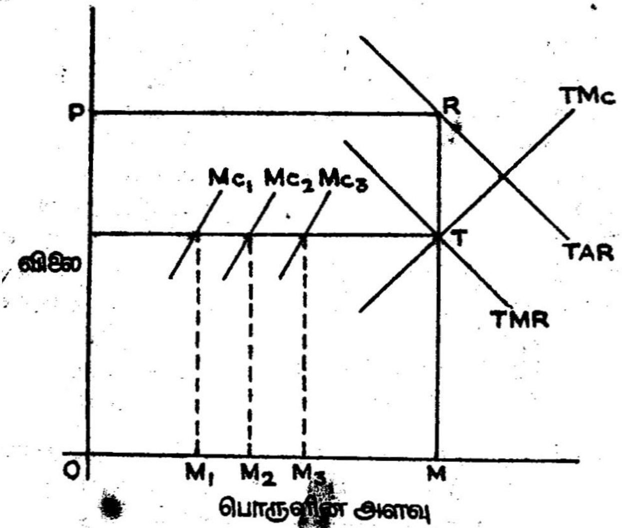
விலையை நிருணயிக்க முடியாது. எனவே, மற்ற நிறுவனங்களும் இவ்விலையையே கடைபிடிக்கின்ற நிலை ஏற்படுகிறது. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.

எடுத்துக்காட்டாக இரு நிறுவனங்கள் ஓரியல்பான பொருள்களை உற்பத்தி செய்து விற்கிறது எனவும், அவைகளின் இறுதிநிலை உற்பத்திச்செலவு வேறுபட்டுள்ளது என்றும் எடுத்துக் கொள்வோம். இரு நிறுவனங்களும் ஓரியல்பான பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதினால் இரு நிறுவனங்களுக்கும் சராசரி வருவாய்க் கோடும் (AR) இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் (MR) படத்தில் பொதுவாக அமைந்துள்ளன. Mc_1, Mc_2 என்னும் கோடுகள் இரு நிறுவனங்களின் இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவுக் கோடாக அமைந்துள்ளன. இறுதிநிலைச் செலவு குறைவாக உள்ள நிறுவனம் நுகர்வோரைக் கவருவதற்காகக் குறைந்த விலையையே நிருணயிக்கும். எனவே, மற்ற நிறுவனங்களும் அவ்விலையையே பின்பற்ற வேண்டிய நிலை ஏற்படுகின்றது. வரைபடத்தில் இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவு குறைவாக உள்ள நிறுவனம் $P_1 M_1$ என்ற விலையை நிருணயிக்கிறது. அதே சமயம் இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவு அதிகமாயுள்ள நிறுவனம் $P_2 M_2$ என்ற உயர்ந்த விலையைக் கடைபிடிக்காமல் அந்நிறுவனமும் $P_1 M_1$ என்ற விலையையே கைக் கொள்ள வேண்டியுள்ளது.

சில்லோர் முற்றுரிமையில் நிறுவனங்கள் பல ஒன்று சேர்ந்து தங்களுக்குள் ஒப்பந்தங்கள் பல செய்து செயல்படக் கூடும். இவ்வித அமைப்புக்கு வாணிக மன்றங்களின் கூட்டுச் சில்லோர் முற்றுரிமை என்று பெயர். இங்கு மொத்த உற்பத்தியின் அளவையும், விலையையும் ஏற்கனவே நிருணயிக்கப்படுகிறது. அதாவது மொத்த இறுதிநிலை வருவாயும், மொத்த இறுதிநிலை செலவும் சமமாக இருக்கும் நிலையில் மொத்த உற்பத்தியின் அளவையும், விலையையும் நிருணயித்துக் கொள்வார்கள். மொத்த இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவுக்குச் சமமாக ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் இறுதிநிலைச் செலவும் சமமாக இருக்கும் நிலையில் ஒவ்வொரு நிறுவனமும் உற்பத்தியின் அளவைக் கட்டுப்படுத்திக் கொள்ளும். இதனை அடுத்த பக்கத்திலுள்ள வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.

வரைபடத்தில் TMc என்னும் கோடு மொத்த இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவைக் குறிக்கிறது. TMR என்னும் கோடு மொத்த இறுதிநிலை வருவாயைக் குறிக்கிறது. இக்கோடுகள் இரண்டும் T என்ற புள்ளியில் சமமாவதினால் OM அளவு பொருள்களை மொத்த உற்பத்திப் பொருள்களாகவும் MR விலை எனவும் நிருணயிக்கப்படுகிறது. நிறுவனங்கள் தங்களுடைய இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவை மொத்த இறுதிநிலைச் செலவாகிய TM அளவிற்குச் சமமாக்கும் பொருட்டு OM_1, OM_2, OM_3 அளவு பொருள்களை நிறுவனங்கள் உற்பத்தி செய்யும்.

சில்லோர் முற்றுரிமையில் செயல்படும் நிறுவனங்களில் ஒன்று மற்றொன்றைச் சார்ந்திராமல் ஒவ்வொரு நிறுவனமும் தானே தன்னுடைய விலையையும், உற்பத்தியையும் நிருண



படம் 64

யித்துக் கொள்ளலாம். எனவே, நிறுவனங்களின் போராட்டத்தினால் விலை ஒரு நிலையில் இல்லாது ஏறி இறங்கிக் கொண்டிருக்கும். ஆகையால் முடிவில் எல்லோரும் ஒத்துக் கொள்ளும் ஒரு விலை ஏற்பட்டு அந்த விலையில் எல்லா நிறுவனங்களும் செயல்படலாம்.

11. பகிர்வு

(Distribution)

பொருளியலில் பகிர்வு மிகவும் முக்கியமான ஒரு பிரிவாக அமைந்துள்ளது. நாட்டு வருமானம் (National Income) எவ்வாறு நிலம், உழைப்பு, முதல், அமைப்புப் போன்ற உற்பத்திக் காரணிகள் பகிர்ந்து கொள்ளுகின்றன என்பதைப் பற்றி விளக்குவதே இப்பகிர்வுக் கோட்பாடாகும். பொருள்களின் உற்பத்திக்கு நிலம், உழைப்பு, முதல், அமைப்புப் போன்ற நான்கு உற்பத்திக் காரணிகளும் மிகவும் அவசியமாகும். இந்த நான்கு உற்பத்திக் காரணிகளின் மூலம் ஒரு நாடு ஓராண்டில் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்களின் பண மதிப்பை 'நாட்டு வருவாய்' என்கிறோம். நாட்டு வருவாயை 'நாட்டுப் பகிர்வுத் தொகை' (National Dividend) என்றும் கூறலாம். இந்நாட்டு வருவாய் நான்கு உற்பத்திக் காரணிகளின் பொருள் உற்பத்தியினால் உண்டானதாகும். எனவே, இவ்வருவாயை அந்நான்கு உற்பத்திக் காரணிகளுக்கும் பகிர்ந்தளிப்பதே முறையாகும். மேலும், நாட்டு வருவாயை உண்டு பண்ணுவதற்கு இந்நான்கு உற்பத்திக் காரணிகளும் ஒத்துழைத்ததால் அவ்வுற்பத்திக் காரணிகளுக்கு ஊதியம் அளிக்க வேண்டும். எனவேதான் நிலம் வாரத்தையும் உழைப்புக் கூலியையும், முதல் வட்டியையும், அமைப்பு இலாபத்தையும் பெறுகின்றன. எவ்வாறு இந்நான்கு உற்பத்திக் காரணிகளிடையே நாட்டு வருவாயை அல்லது நாட்டுப் பகிர்வுத் தொகையைப் பகிர்ந்தளிக்கிறோம் என்பதைத் தெளிவாக விளக்குவதே பகிர்வாகும். பகிர்வுக் கோட்பாடு 'பணி வழிப் பகிர்வு' (Functional distribution) பற்றியே விளக்குகின்றதே தவிர, 'ஆள்வழிப் பகிர்வை' (Personal distribution) பற்றி விளக்குவதில்லை. தெளிவாகக் கூற வேண்டுமானால் உற்பத்திக் காரணியின் வருமானம் எவ்வாறு நிருணயிக்கப்படுகிறது என்பதை மட்டுமே பகிர்வுக் கோட்பாடு விளக்குகின்றது. எனவே, இதனைப் 'பணி வழிப் பகிர்வு' என்கின்றோம். ஒரு தனி மனிதன் நாட்டு வருவாயில் எவ்வளவு பெறுகிறான் என்பதனைப் பகிர்வுக் கோட்பாடு விளக்குவதில்லை. இதனையே பென்காம் (Benham) என்ற பொருளியல் வல்லுநர் 'நிலம், உழைப்பு, முதல். அமைப்புப்

போன்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் வருமானத்தை (விலையை) நிருணயிப்பதே பகிர்வுக் கோட்பாட்டின் பணியாகும்' என்று கூறுகின்றார்.

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாடு
(Marginal Productivity Theory)

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாட்டைப் 'பகிர்வுக் கோட்பாடு' (General Theory of Distribution) என்றும் அழைப்பதுண்டு. இக் கோட்பாட்டினை அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுநரான கிளார்க் மற்றும் மார்ஷல், கிக்சு, டாசிக், திருமதி ஜோன் ராபின்சன் ஆகியோர் உருவாக்கி வளப்படுத்தியுள்ளனர். நிறைவுப் போட்டி, வேலை நிறைவு (Full Employment) போன்றவை நிலவும்போது எவ்வாறு உற்பத்திக் காரணிகளின் விலை நிருணயிக்கப்படுகிறது என்பதை விளக்குவதே இந்த இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாடாகும். (The Theory explains how the prices of the various factors of production would be determined under conditions of perfect competition and full employment.)

எடுகோள்கள்

1. உற்பத்திக் காரணிகளின் அங்காடியில் நிறைவுப் போட்டி இருப்பதாக எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

2. உற்பத்திக் காரணிகளிடையே வேலை நிறைவு ஏற்பட்டுள்ளது.

3. உற்பத்திக் காரணிகள் யாவும் ஒரே தன்மையான அல்லது ஓரியலான (Homogeneous) வைகளே. அதாவது, தொழிலாளர்களை எடுத்துக்காட்டாக எடுத்துக் கொள்வோமானால் எல்லோரும் ஒரே திறமைப் படைத்தவர்களாகவே இருப்பார்கள்.

4. எல்லா உற்பத்திக் காரணிகளும் சம அளவு தகுதி வாய்ந்ததாக இருப்பதனால் ஓர் உற்பத்திக் காரணிக்குப் பதிலாக (Substitute) மற்றொரு உற்பத்திக் காரணியை உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்தலாம். எடுத்துக்காட்டாகத் தொழிலாளிக்குப் பதிலாக முதலீட்டை உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்தலாம்.

5. உற்பத்திக் காரணிகளைச் சிறிய அளவுகளில் உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்தலாம் என்பது அடுத்த எடுகோளாகும்.

6. உற்பத்திக் காரணிகளை மாற்றி உபயோகிக்கத் தக்க வகையில் அவைகள் இடப்பெயர்ச்சியுடையனவாயிருக்கிறது என்பது அடுத்த எடுகோளாகும்.

7. மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவு மாருதிருக்க, ஓர் உற்பத்திக் காரணியை மட்டும் மேலும் மேலும் உற்பத்தியில் ஈடு படுத்துகிருர்கள்.

8. ஓர் உற்பத்திக் காரணியை மேலும் மேலும் உற்பத்தி யில் ஈடுபடுத்தும்போது குறைந்துசெல் விளைவு விதிப்படி அத னுடைய இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் குறைந்து கொண்டே வருகின்றது.

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாட்டை உழைப்பு என்ற உற்பத்திக் காரணியுடன் தொடர்புபடுத்தி நாம் அறிந்து கொள்ளலாம். மற்றவை மாருதிருக்க, குறிப்பிட்ட ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் சிறியதொரு மிகுதிப்பாட்டால், உற்பத்திப் பொருள்களில் ஏற்படும் மாற்றமே, அவ்வுற்பத்திக் காரணியின் உற்பத்தித் திறன் என்று பொருளியல் வல்லுநர் விக்ச்டீட் கூறுகின்ருர். எவ்வாறு ஒரு பொருளின் விலை அப் பொருளின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டிற்குச் சமமாக இருக் கின்றதோ அதேபோல உற்பத்திக் காரணியின் விலையும் அவ் வுற்பத்திக் காரணியின் உற்பத்தித் திறனுக்குச் சமமாக இருக்க வேண்டும். எனவே, உழைப்பைக் கூட்டுவதனுல் ஏற்படுகின்ற உற்பத்தித் திறனும் கூலியும் சமமாக இருக்க வேண்டும்.

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் என்பதைப் பற்றி நாம் நன் ருகத் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். மற்ற உற்பத்திக் காரணி கள் மாருதிருக்க ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் ஓர் அலகைக் கூட்டுகின்ற போது மொத்த உற்பத்தியில் அதிகரிக்கின்ற உற் பத்தி அளவாகும். எடுத்துக்காட்டாக, 10 தொழிலாளிகள் ஒரு நாளில் 30 பொம்மைகளைச் செய்கிருர்கள் என்று வைத்துக் கொள்வோம். மேலும், ஒரு தொழிலாளியைச் சேர்த்துக் கொண்டால் அதன் மூலம் உற்பத்தி 35 ஆக உயர்கிறது என்று வைத்துக் கொள்வோம். 5 பொம்மைகள் அதிகமாகத் தயாரித்த தற்குக் காரணம், 1 தொழிலாளியை அதிகப்படுத்தியதே என்பது தெளிவு. ஒரு தொழிலாளியை உயர்த்துவதன் நிமித்தம் மொத்த உற்பத்தியில் ஏற்படுகின்ற அதிகரிப்பை 'இறுதிநிலைத் தூல உற்பத்திப் பொருள்' (Marginal Physical Product) என்று கூறலாம். இங்கு 5 பொம்மைகள் அதிகரிப்பதனுல் இவை அப் புதிய தொழிலாளியின் இறுதிநிலைத் தூல உற்பத்தியாகும். ஒரு பொம்மையின் விலை ரூபாய் 2 என வைத்துக் கொள்வோ மானுல் 10 தொழிலாளிகளின் உற்பத்தியின் மதிப்பு (30 × 2) = 60 ரூபாய் ஆகும். தற்போது 11 தொழிலாளர்களின் உற்பத்தி யின் மதிப்பு (35 × 2) = 70 ரூபாய் ஆகும். ஒரு தொழி

லாளியை வேலைக்குச் சேர்ப்பதன் மூலம் மொத்த உற்பத்தியின் மதிப்பில் ரூபாய் 10 அதிகமாகின்றது. இந்த அதிகரிப்பிற்கு 'இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாய்' அல்லது 'இறுதிநிலை வருவாய்' (Marginal Revenue Product) என்று பெயர். இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் என்பது இவ்விறுதி நிலை வருவாய் உற்பத்தியையே குறிக்கும். ஒரு தொழிலாளியின் கூலி ரூபாய் 2 என எடுத்துக் கொள்வோமானால் தொழில் முயல்வோன் தொழிலாளியின் அவனுடைய இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயும் சமமாகும் வரை மேலும் மேலும் தொழிலாளர்களை வேலையில் ஈடுபடுத்துவான்.

எனவே, தொழில் முயல்வோன் உற்பத்திக் காரணிகளின் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயும் அவைகளுக்குக் கொடுக்கப்படும் கைம்மாறும் சமமாக அமையும் வரை மேலும் மேலும் உற்பத்திக் காரணிகளை உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்துவான். எந்தவொரு தொழில் முயல்வோனும் அவ்வுற்பத்திக் காரணியின் இறுதிநிலைத் திறனுக்கு மேல் கூலி கொடுக்க முன்வரமாட்டான். (No entrepreneur will pay a factor anything more than its real work.)

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனின் கோட்பாட்டை ஓர் அட்டவணையின் மூலமும் வரைபடத்தின் மூலமும் அறிந்து கொள்ளலாம்.

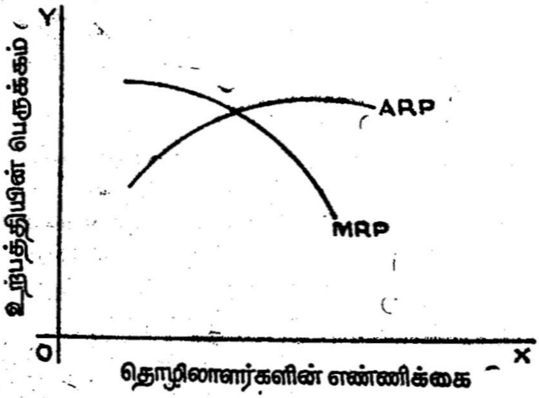
தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கை	மொத்த வருவாய்	இறுதிநிலை வருவாய்	சராசரி வருவாய் (ரூபாயில்)	இறுதிநிலைச் செலவு (ரூபாயில்)	மொத்தச் செலவு (ரூபாயில்)	இலாபம் ரூபாயில்
1	5	5	5	3	3	2
2	13	8	6·50	3	6	7
3	18	5	6	3	9	9
4	21	3	5·25	3	12	9
5	23	2	4·60	3	15	8

மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் அளிப்பு மாருதிருக்க தொழிலாளியின் அளிப்பை மட்டும் மாற்றி அமைக்கின்ருேம். மேலும், தொழிலாளர்களின் அங்காடியில் நிறைவுப் போட்டி நடைபெறுவதனுல் அவர்களின் கூலி ரூபாய் 3 என்றே மாருமலிருக்கின்றது.

தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்கும்போது அவர்களின் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயும் அதிகரித்துக் கொண்டே வருகிறது. தொழிலாளர்களின் கூலி ரூபாய் 3 என்று இருப்பதனுல் தொழில் முயல்வோன் 4 தொழிலாளர்களை வேலையில் அமர்த்துவதனிமித்தம் உச்சநிலை இலாபத்தை அடைகிருன். ஏனெனில், 4-வது தொழிலாளியின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனும் இறுதிநிலைக் கூலியும் சமமாக இருக்கும். 5-வது தொழிலாளியைச் சேர்க்கும்போது இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனைவிட இறுதிநிலைக் கூலி அதிகமாக இருப்பதனுல் தொழில் முயல்வோனுக்கு நட்டமே ஏற்படும். எனவே, 4-வது தொழிலாளியுடன் தொழிலாளர்களை வேலைக்கு அமர்த்துவதை நிறுத்திக் கொள்வான்.

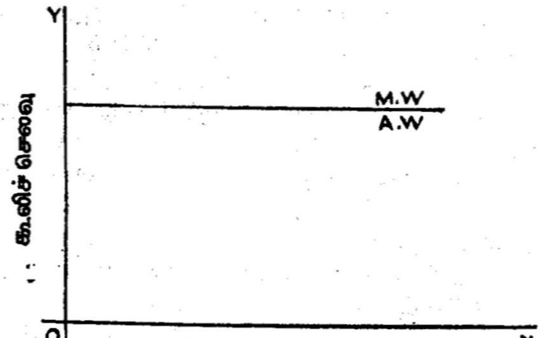
இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாய் (Marginal Revenue Product) சராசரி உற்பத்தியின் வருவாய் (Average Revenue Product) இவைகளின் போக்கைச் சிறிது கவனிப்போம். மற்ற உற்பத்திக் காரணிகள் மாருதிருக்கத் தொழிலாளர்களின் (உழைப்பின்) எண்ணிக்கையை மட்டும் அதிகரிக்கும்போது சராசரி உற்பத்தியின் வருவாய் அதிகரிக்கின்றது. ஆனுல், இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாய் சராசரி உற்பத்தியின் வருவாய் அதிகரிப்பைவிட அதிக வீதத்தில் முன்னேறுகின்றது. பிறகு கீழ்நோக்கிச் செல்லும்போது சராசரி உற்பத்தியின் வருவாயைவிட அதிகமான வீதத்தில் இறுதிநிலை உற்பத்தி வருவாய் இறங்கிச் செல்லுகின்றது. மேலே உள்ள அட்டவணையின் மூலம் இதனைத் தெளிவாக அறியலாம். தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும்போது சராசரி வருவாய் ரூபாய் 5-லிருந்து ரூபாய் 6-50 என உயருகின்றது. ஆனுல், இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாய் ரூபாய் 5-லிருந்து ரூபாய் 8 என மிகுதியான வீதத்தில் உயருகிறது. மேலும், ஒரு தொழிலாளியைச் சேர்த்துக் கொள்ளும்போது சராசரி உற்பத்தியின் வருவாய் 6-50 ரூபாயிலிருந்து, ரூபாய் 6 எனக் குறைகின்றது. (கீழ் இறங்குகின்றது). ஆனுல், இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாய் ரூபாய் 8-லிருந்து, ரூபாய் 5 என மிகுதியான வீதத்தில் குறை

கின்றது. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலமாகவும் நாம் அறிந்து கொள்ளலாம்.



படம் 65

உற்பத்தித் திறனின் போக்குக் கோடுகள் மேலே வரை படத்தில் அமைந்தது போல உருவாகும். வரைபடத்தில் MRP என்ற கோடு இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயையும் ARP என்ற கோடு சராசரி உற்பத்தியின் வருமானத்தையும் குறிக்கின்றன.



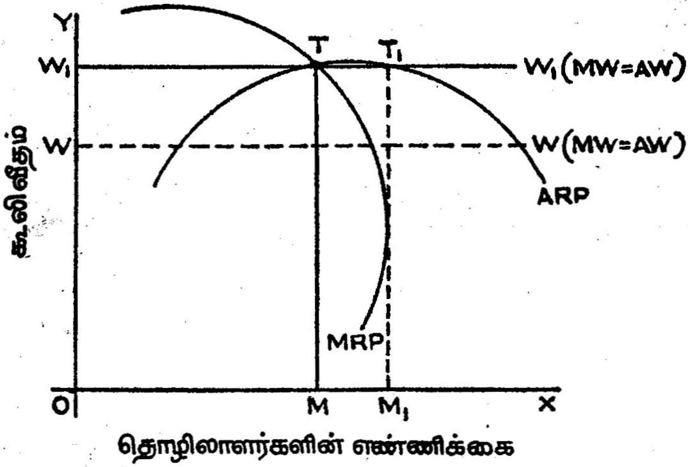
படம் 66

(உழைப்பு) தொழிலாளர்களிடையே நிறைவுப் போட்டி நிலவுவதால் கூலி வீதம் மாறுவதில்லை. தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையை எவ்வளவுதான் உயர்த்தினாலும் அவர்களின்

கூலி வீதம் மாறுவதில்லை. எனவே, சராசரிக் கூலியும் (Average wage), இறுதிநிலைக் கூலியும் (Marginal wage) வேறுபடுவதில்லை. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு தொழிலாளியின் கூலி ரூபாய் 3 என வைத்துக் கொள்வோமானால் மற்றொருவனை வேலையில் அமர்த்துவதனால் மொத்தச் செலவு ரூபாய் 6 ஆகும். எனவே, சராசரிச் செலவு ரூபாய் 3, இரண்டாவது தொழிலாளியை வேலையில் அமர்த்துவதனால் மொத்தச் செலவு அதாவது அதிகப்படி செலவு ரூபாம் 7 ஆகும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

எனவே, நிறைவுப் போட்டியில் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கை உயர்ந்தாலும் சராசரிக் கூலிச் செலவும் இறுதிநிலைக் கூலிச் செலவும் மாறுமலிருப்பதனால் அவை ஒரு படுக்கைக் கோடாக அமைகின்றது.

பொதுவாக ஒரு தொழில் முயல்வோன் ஒரு காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்தி வருவாயும் அதன் விலையும் (கூலியும்) சமமாகும்வரை அக்காரணியை உற்பத்தியிலீடுபடுத்துவான். நீண்ட காலத்தில் உற்பத்திக் காரணிக்குக் கொடுக்கப்படும் கூலியானது (விலையானது) அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தி வருவாய்க்கு மட்டுமின்றி, சராசரி உற்பத்தி வருவாய்க்கும் சமமாக அமையும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் தெளிவாக விளக்கலாம்.



படம் 67

மேலேயுள்ள வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சுத் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையையும் OY என்ற அச்சுக்கூலிவீதத்தையும்

காட்டுகின்றன. தொழிலாளிகளிடையே நிறைவுப் போட்டிக் காணப்படுவதனால் அவர்களின் அளிப்புக் கோடு WW என்ற படுக்கைக் கோடாக அமைகிறது. ஏனெனில், எத்தனை தொழிலாளிகள் வேண்டுமானாலும் அதே கூலி வீதத்தில் கிடைப்பார்கள். அவர்களின் இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடு MRP என்ற கோடாகக் காண்பிக்கப்பட்டுள்ளது. தொழில் முயல்வோன் தொழிலாளியின் இறுதிநிலை வருவாயும், தொழிலாளியின் இறுதிநிலைக் கூலியும் சமமாகும்வரைத் தொழிலாளியை வேலையில் அமர்த்துவான். வரைபடத்தில் இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதிநிலைக் கூலியும் S என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. எனவே, OM_1 என்ற அளவு தொழிலாளர்களையே OW என்ற கூலி வீதத்தில் வேலையில் சேர்த்துக் கொள்வான்.

இவ் வரைபடத்தில் ARP என்பது சராசரி வருவாயைக் குறிக்கின்றது. எனவே, OM_1 தொழிலாளர்களின் மொத்த உற்பத்தியானது $OM_1 T_1 W_1$ என்ற அளவுக்குச் சமம். ஆனால், மொத்தக் கூலி OM_1 SW என்ற அளவே கொடுக்கப்படுகின்றது. எனவே, தொழில் முயல்வோன் $WST_1 W_1$ என்ற அளவு இலாபத்தைப் பெறுகிறான். இது இயல்பு கடந்த இலாபமாகும். (Abnormal Profit).

நீண்ட காலத்தில் பல தொழில் நிறுவனங்கள் உற்பத்தியிலீடுபடும். எனவே, உற்பத்தி பெருகிப் பொருள்களின் விலை குறைகின்றன. மேலும், கூலி உயரும். எனவே, தொழிலாளர்களின் கூலி நீண்ட காலத்தில் OW விலிருந்து OW_1 ஆக உயருகின்றது. எனவே, இயல்பு கடந்த இலாபம் நீண்ட காலத்தில் மறைந்துவிடுகின்றது. ஆகவே, நீண்ட காலத்தில் இறுதிநிலை வருவாய் மட்டுமின்றிச் சராசரி வருவாயும் இறுதிநிலைக் கூலியும் சமமாக அமையவேண்டும். வரைபடத்தில் W_1 W_1 என்ற கோட்டில் இறுதிநிலைக் கூலியும் சராசரிக் கூலியும் ஒன்றாக அமைகின்றன. ஏனெனில், தொழிலாளர்களிடையே நிறைவுப் போட்டி அமைந்துள்ளது. இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும் சராசரி வருவாய்க் கோடும் இறுதிநிலைக் கூலியும், சராசரிக் கூலியும் T என்ற புள்ளியில் இணைகின்றன. எனவே, கூலி OW_1 என ஆகிறது.

தெளிவாகக் கூற வேண்டுமானால் நிறைவுப் போட்டியில் தொழிலாளியின் கூலியானது இறுதிநிலை வருவாய்க்கும் சராசரிக் கூலிக்கும் இறுதிநிலைக் கூலிக்கும் சமமாக அமையும். நீண்ட காலத்தில் இறுதிநிலை வருவாய், சராசரி வருவாய், இறுதிநிலைக் கூலி, சராசரிக் கூலி ஆகியவைகளுக்குச் சமமாகத் தொழிலாளியின் கூலி அமையும்.

நிறை குறைப் போட்டியும் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாடும்

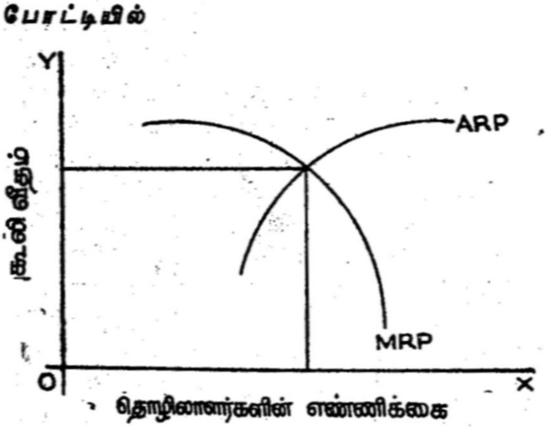
நிறை குறைப் போட்டியாக இருக்கும்போது உற்பத்திக் காரணிகளின் அங்காடியிலும், பொருள் அங்காடியிலும் முற்றுரிமையே நிலவுகின்றன. எனவே, உற்பத்திக் காரணிகளின் அளிப்பை உயர்த்தத் தொழில் முயல்வோன் மேலும் மேலும் விலை தர வேண்டியுள்ளது. பொருள் அங்காடியிலும் முற்றுரிமை நிலவுவதனுல் பொருள்களின் அதிகப்படியான அலகுகளைக் குறைந்த விலைக்கே விற்க வேண்டியுள்ளது. இவ்வாறு நிறை குறைப் போட்டியும் அங்காடிகளில் நிலவுகின்றன என்று எடுத்துக் கூறியவர் திருமதி. ஜோன் ராபின்சன் ஆவார்.

நிறை குறைப் போட்டியில் உற்பத்திக் காரணியின் தேவையைப் பற்றிப் பார்ப்போம். நம்முடைய விளக்கத்திற்குத் தொழிலாளியை (உழைப்பை) எடுத்துக் கொள்வோம். தொழிலாளிகளின் தேவை அவர்களின் இறுதிநிலை உற்பத்தி வருவாயைப் பொருத்துள்ளது. இவ்விறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயை நிறைவுப் போட்டியில் மிகவும் எளிதாகக் கணக்கிட முடியும். ஆனுல், நிறைவுப் போட்டியில் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயை எளிதாகக் கணக்கிட முடிவதில்லை. ஏனெனில், பொருள்களின் அங்காடியிலும் முற்றுரிமை உருவாகி உள்ளதனுல் பொருள்களின் அதிகப்படியான அலகுகளைக் குறைந்த விலைக்கே விற்க வேண்டியுள்ளது. எனவே, பொருள்களின் விலை நமக்குத் திட்டவட்டமாகத் தெரிந்து கொள்ள முடியாததனுல் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயைச் சரியாகக் கணக்கிட முடியாது. எடுத்துக்காட்டாக 10 தொழிலாளர்கள் ஒரு நாளில் 30 பொம்மைகளைச் செய்கிருர்கள் என்றும் மேலும் ஒரு தொழிலாளி சேர்க்கப்படும்போது மொத்த உற்பத்தி 35 பொம்மைகள் என்றும் வைத்துக் கொள்வோம். ஒரு தொழிலாளியை உற்பத்திக்குச் சேர்த்துக் கொள்ளுவதால் 5 பொம்மைகள் அதிகமாக உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. மொத்த உற்பத்தியில் ஏற்படுகின்ற அதிகரிப்பாகிய இந்த 5 பொம்மைகளை 'இறுதிநிலைத் தூல உற்பத்திப் பொருள்' (Marginal Physical Product) என்கிருேம். பொருள் அங்காடியில் நிறைவுப் போட்டி நிலவுமானுல் பொம்மைகளின் விலையில் மாற்றம் இருப்பதில்லை. ஒரு பொம்மையின் விலை ரூபாய் 2 என்று வைத்துக் கொள்வோமானுல் தொழிலாளியின் அதிகரிப்பினுல் மொத்த உற்பத்தியின் மதிப்பில் ரூபாய் $10 = (5 \times 2)$ அதிகரித்துள்ளது என்று கூறலாம். அல்லது இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாய் (Marginal Revenue Product) ரூபாய் 10 என்று நாம் எளிதாகக் கணக்கிட

லாம். ஆனால், நிறை குறைப் போட்டியில் பொருள்களின் விலையில் மாற்றம் ஏற்படுகின்றது. பொருளின் அங்காடியில் முற்றுரிமை நிலவுவதே காரணமாகும். 10 தொழிலாளர்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட 30 பொம்மைகளையும் ரூபாய் 2 வீதம் ரூபாய் 60-க்கு விற்க முடிகிறது என்று வைத்துக் கொள்வோம்.

தொழிலாளியின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்கும்போது, எடுத்துக்காட்டாக ஒரு தொழிலாளியை மேலும் வேலையில் சேர்க்கும்போது 35 பொம்மைகள் உருவாக்கப்படுகின்றன என வைத்துக் கொள்வோம். புதிய தொழிலாளியின் இறுதிநிலை தூல உற்பத்திப் பொருள் 5 பொம்மைகளாகும். மொத்த உற்பத்தி இப்போது 35 பொம்மைகள். ஆனால், முற்றுரிமை நிலவுவதனால் விலை ரூபாய் 2-லிருந்து ரூபாய் 1-50 என்று குறைகின்றதாக வைத்துக் கொள்வோமானால் மொத்த உற்பத்தியின் வருவாய் ரூபாய் 52-50 (35 × 1-50) கிடைக்கும். எனவே, இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாய் (30 × 2) — (35 × 1·50) = ரூபாய் 60 — ரூபாய் 52·50 = 7·50 ஆகும். எனவே, இறுதிநிலைவருவாய் உற்பத்திக் கோடு வெகு வேகமாகச் சரியும். நிறை குறைப் போட்டியின் இறுதிநிலை வருவாய் உற்பத்திக் கோட்டை நிறைவுப் போட்டியின் இறுதிநிலை வருவாய் உற்பத்திக் கோட்டோடு சம்பந்தப்படுத்திப் பார்த்தோமானால் இது தெளிவாகும்.

நிறைவுப் போட்டியில்

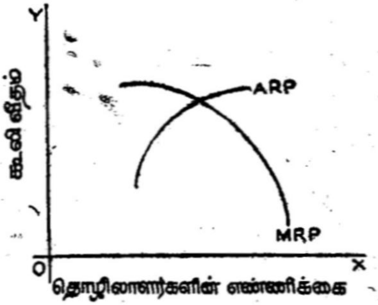


படம் 68

நிறைகுறைப் போட்டியில்

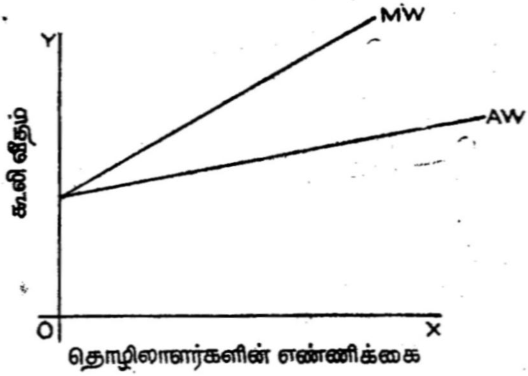
நிறை குறைப் போட்டியின் இறுதிநிலை வருவாய் உற்பத்திக் கோடு (MRP) நிறைவுப் போட்டியின் இதுதிநிலை வருவாய் உற்பத்திக் கோட்டைக் காட்டிலும் வெகு வேகமாகச் சரிவதை வரைபடத்தில் காணலாம்.

நிறை குறைப் போட்டியில் (உற்பத்திக் காரணியின்) தொழிலாளர்களின் அளிப்பு எவ்வாறு உள்ளது என்பதைக் கவனிப்போம். உற்பத்திக் காரணியின் அங்காடியிலும் முற்றுரிமை நிலவுகின்றதால் அடுத்து அடுத்துத் தொழிலாளிகளை வேலையில் அமர்த்துவதற்கு மேலும் மேலும் கூலி தர வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு தொழிலாளியின் கூலி ரூபாய் 3 என்று வைத்துக் கொள்வோம். மேலும், ஒரு தொழிலாளியை வேலையில் ஈடுபடுத்துவதற்கு ரூ. 5 கொடுக்க வேண்டும் என்றும்



படம் 69

எடுத்துக் கொள்வோம். நிறை குறைப் போட்டியில் இவ்வாறு வேறுபாடுகள் ஏற்படுவது இயல்பே. எனவே, இறுதிநிலைச் செலவு ரூபாய் 5 ஆகின்றது. தொழிலாளியின் எண்ணிக்கையை உயர்த்துவதனுல் தொழில் முயல்வோனுக்கு ஏற்படும் அதிகச் செலவே இறுதிநிலைச் செலவாகும். ஆகவே, இறுதிநிலைச் செலவு ரூபாய் 5 ஆகும். ஆனுல், சராசரிச் செலவு ரூபாய் 4 ($\frac{8}{2}$) ஆகும். எனவே, நிறை குறைப் போட்டியில் இறுதிநிலைச் செலவும், சராசரிச் செலவும் ஒரேயளவு இருப்பதற்கு வாய்ப்பு இல்லை. இதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் நாம் தெரிந்துக் கொள்ளலாம்.



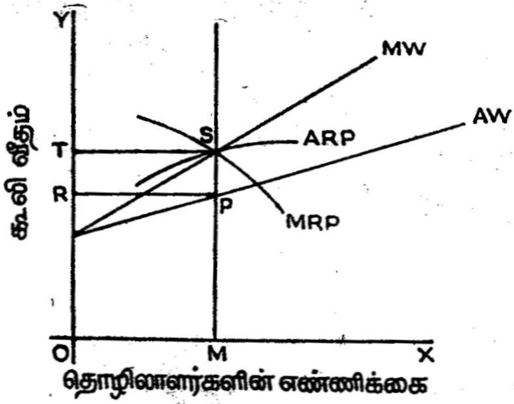
படம் 70

தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க அதிகரிக்கக் கூலி வீதமும் அதிகமாகக் கொடுக்க வேண்டியுள்ளது. ஆனுல், சராசரிக் கூலியைவிட (சராசரிச் செலவை விட)

இறுதிநிலைக் கூலி அதிகமாகக் காணப்படும். மேலே, கூறியபடி சராசரிக் கூலி ரூபாய் 4 மட்டுமே. ஆனால், இறுதிநிலைக் கூலி ரூபாய் 5 ஆகின்றது. எனவே, சராசரிக் கூலிக் கோடும், இறுதி நிலைக் கூலிக் கோடும் மேல் நோக்கிச் செல்கின்றது. இரண்டு கோடும் மேல் நோக்கிச் செல்லும்போது இறுதிநிலைக் கூலிக் கோடானது சராசரிக் கூலிக் கோடுக்குமேல் இடம் பிடிக்கிறது. வரைபடத்தில் MW என்ற கோடு இறுதிநிலைக் கூலிக் கோடாக வும், AW என்ற கோடு சராசரிக் கூலிக் கோடாகவும் விளங்கு கின்றது.

நிறைவுப் போட்டியில் தொழிலாளர்களுக்குக் கொடுக்கும் கூலியில் வேறுபாடுகள் ஏற்படுவதில்லை. மேலும் மேலும் தொழி லாளர்களை வேலையில் அமர்த்தினாலும் ஒரேயளவு கூலியே கொடுக்கப்படும். எனவே, இறுதிநிலைக் கூலியும், சராசரிக் கூலியும் ஒரேயளவாய் அமையும். ஆகையால் அவைகளின் கோடுகளும் படுக்கையாக ஒரே கோடாய் அமைகின்றது. ஆனால், நிறை குறைப் போட்டியில் சராசரிக் கூலியும், இறுதி நிலைக் கூலியும் வேறுபடுவதனால் அவைகளின் கோடுகளிலும் வேறுபாடுகள் ஏற்படுகின்றன. எனவே, நிறை குறைப் போட்டியில் இவ்விரு கோடுகளும் மேல் நோக்கிச் செல்லு கின்றன.

இனி நிறைகுறைப் போட்டியில் கூலி எவ்வாறு நிருணயிக் கப்படுகின்றது என்பதை ஒரு வரைபடத்தின்மூலம் காண்போம்.



படம் 71

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சு, தொழிலாளர்களின் எண் ணிக்கையையும், OY என்ற அச்சு, கூலி வீதத்தையும் குறிக்

கின்றன. தொழிலாளர்களின் அளிப்பு அங்காடியில் நிறை குறைப் போட்டி நிலவுவதனுல் சராசரிக் கூலிக் கோடும், இறுதி நிலைக் கூலிக் கோடும் மேல் நோக்கிச் செல்கின்றன. வரைபடத்தில் MW என்ற கோடு இறுதிநிலைக் கோடாகவும் AW என்ற கோடு சராசரிக் கூலிக் கோடாகவும் விளங்குகின்றன. MRP என்ற வளைகோடு இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயையும் குறிக்கின்றன. வரைபடத்தில் MRP என்ற இறுதிநிலை வருவாய்க் கோடும், MW என்ற இறுதிநிலைக் கூலிக் கோடும் S என்ற புள்ளியில் சமமாவதால் தொழில் முயல்வோன் OM அளவு தொழிலாளியை வேலையில் அமர்த்துவதன் நிமித்தம் தொழில் முயல்வோன் உச்சநிலை இலாபத்தைப் பெறுகின்ருன். OM தொழிலாளர்களின் சராசரி உற்பத்தி வருவாய் SM ஆகும். ஆனுல், OM தொழிலாளர்களின் சராசரி கூலிச் செலவு PM அளவேயாகும். எனவே, தொழில் முயல்வோனுக்கு இயல்பு கடந்த இலாபம் (Abnormal Profit) கிடைக்கின்றது. வரைபடத்தில் கூலியின் அளவு PM ஆகும். ஆனுல், வருவாய் SM எனவே, தொழில் முயல்வோன் RPST அளவு இயல்பு கடந்த இலாபத்தைப் பெறுகின்ருன்.

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாட்டின் குறைகள்

1. இக்கோட்பாடு உற்பத்திக் காரணிகள் இடப் பெயர்ச்சியுடையனவாயிருக்கின்றன என்ற எடுகோளினுல் உண்டானது. நடைமுறையில் இடப்பெயர்ச்சி ஏற்படுவதில்லை. நிலத்தை எடுத்துக் கொள்வோமானுல் இடப் பெயர்ச்சி ஏற்பட வழியில்லை. அதேபோல உழைப்பும், மூலதனமும், முழு அளவில் இடப் பெயர்ச்சி செய்யும் காரணிகள் அல்ல.

2. தேவன் போர்ட்டும் (Davenport), டாசிக்கும் எல்லா உற்பத்திக் காரணிகளும் இணைந்தே ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்யும்போது ஒரு தனிப்பட்ட காரணி எவ்வளவு உற்பத்தி செய்கிறது என்று கணக்கிட இயலாது என்று குறை கூறுகின்ருர்கள்.

3. உற்பத்திக் காரணிகள் ஓரியல்பானவைகள் (Homogeneous) என்று இக்கோட்பாடு கூறுகின்றது. ஆனுல், நடைமுறையில் உற்பத்திக் காரணிகளின் திறமை ஒரேயளவாக இருப்பதில்லை. இரு நிலங்களின் வாரமோ அல்லது இரு தொழிலாளர்களின் திறமையோ ஒரேயளவில் அமைவதில்லை.

4. உற்பத்திக் காரணியின் அங்காடியில் நிறைவுப் போட்டி நிலவுவதாக இக்கோட்பாடு கூறுகின்றது. ஆனால், நடைமுறையில் நிறைவுப் போட்டி நிலவுவதில்லை. எனவே, உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் கொடுக்கப்படும் விலையானது அவைகளின் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயைவிடக் குறைவாகவே இருக்கின்றது.

5. உற்பத்திக் காரணிகளைச் சிறு சிறு அலகுகளாகப் பிரிக்கலாம் என்று இக்கோட்பாடு கூறுகின்றது. ஆனால், உற்பத்திக் காரணிகளை ஓர் அளவுக்குமேல் பிரிக்க முடியாது. எடுத்துக்காட்டாக இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயையும் இறுதிநிலைக் கூலிச் செலவையும் சமமாகக் கொள்வதற்காகத் தொழிலாளியைச் சிறு சிறு அலகுகளாகப் பிரிக்க முடியாது. (Can the firm employ fraction of a labourer to equate the MRP with the ruling wage ?)

6. சில வேளைகளில் ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனைச் சரியாகக் கணக்கிட முடிவதில்லை. பேரளவு உற்பத்தி நிறுவனங்களில் அதிகமான தொழிலாளர்கள் வேலை செய்கின்றனர். அத் தொழிலாளர்களோடு ஒரு தொழிலாளியைக் கூட்டுவதனாலேயோ அல்லது குறைப்பதனாலேயோ உற்பத்தியில் காணத்தக்க மாற்றம் ஒன்றும் ஏற்படுவதில்லை. மேலும், ஒரு நிறுவனத்தில் ஒரு தொழில் முயல்வோனே இருப்பதனால் அவனுடைய இறுதிநிலை வருவாயை நாம் கணக்கிட முடிவதில்லை.

7. உற்பத்திக் காரணிகளின் விலை எவ்வாறு நிருணயிக்கப்படுகின்றன என்பதை இக்கோட்பாடு விளக்கவில்லை. உற்பத்திக் காரணியின் விலை 'இதுவே' என்று நிருணயித்துக் கொண்டு அதற்குச் சமமாக இறுதிநிலை உற்பத்தி எப்படி அமைகின்றதென்பதை விளக்குகின்றது என்று பொருளியல் வல்லுநர் சாமுவேல் சன் (Samuelson) குறை கூறுகின்றார். (It is not a theory to explain wages, rents or interests on the Centrary, it simply explains hen factors of production are hired by the firm, once their prices are known).

தற்காலப் பகிர்வுக் கோட்பாடு

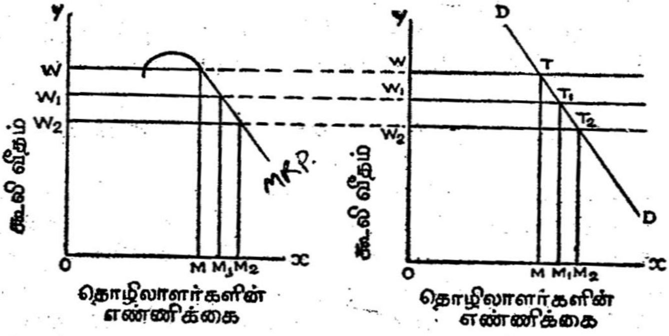
இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாடு ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் விலை 'இதுவே' என்று நிருணயிக்கப் பெற்றதாகக் கொண்டு அதற்கு ஏற்றபடி எவ்வாறு இறுதிநிலை உற்பத்தி

திறன் அமைகின்றது என்று விளக்குகின்றது. எனவே, உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் கொடுக்கப்படும் விலையை இக்கோட்பாடு உண்மையாகவே நிருணயிப்பதில்லை. எனவே, உற்பத்திக் காரணிகளின் விலையை நிருணயிக்க இத் தற்காலப் பகிர்வுக் கோடு உருவாயிற்று. எவ்வாறு பொருள்களின் விலையை அப் பொருள்களின் தேவையையும், அளிப்பையும் வைத்து நிருணயிக்கின்றேமோ அதேபோல உற்பத்திக் காரணிகளின் விலையையும் அவ்வுற்பத்திக் காரணிகளின் தேவை அளிப்பு இவைகளை வைத்துக் கொண்டு நிருணயிக்கின்றது இக்கோட்பாடு.

உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவை

உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவை வழிவந்த தேவையாகும் (Dervied demand). தெளிவாகக் கூற வேண்டுமானால் பொருள்களின் தேவை எந்த அளவிற்கு அதிகரிக்கின்றதோ அந்த அளவிற்கு அப் பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவையும் அதிகரிக்கும். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நிலத்தில் பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்குத் தேவை ஏற்படுவதனால் அந்நிலத்தின் தேவையும் ஏற்படுகின்றது. பொதுவாக மூன்று வீதங்களில் உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவை நெகிழ்ச்சி அடைகின்றது. முதலாவதாக ஒரு பொருளின் தேவை கூடும்போது அப்பொருளை உற்பத்தி செய்யும் உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவையும் கூடும். பொருளின் தேவை நெகிழ்ச்சியற்று ~~இருக்கும் நெகிழ்ச்சியற்றதாக~~ இருக்கும்போது அப்பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவையும் நெகிழ்ச்சியற்றதாய் அமைகின்றன. இரண்டாவதாக உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருளில் ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் தேவை எவ்வளவு என்பதை ஒட்டியும் தேவை அமைகின்றது. ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதில் ஓர் உற்பத்திக் காரணி மிகச் சிறிய அளவே பங்கு ஏற்கின்றதென்றால் அதன் தேவை நெகிழ்ச்சி அற்றதாகவே அமையும். மூன்றாவதாக ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு ஓர் உற்பத்திக் காரணிக்குப் பதிலாக வேறொரு உற்பத்திக் காரணியை உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்தலாம் என்றால் அதற்கேற்பவும் தேவை அமைகின்றது. எனவே, உற்பத்திப் பொருள்களின் தேவை அதிகரிக்கும்போது அப்பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு உபயோகிக்கப்படும் உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவையும் அதிகரிக்கும். உற்பத்தி செய்யப்பட்டப் பொருள்களின் விலை அதிகரிக்கும்போது அப்பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய உதவுகின்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவை விலையும் (Demand Price) அதிகரிக்கும்.

உற்பத்திக் காரணியின் தேவை அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயைப் பொறுத்ததாகும். உற்பத்திக் காரணிகளின் விலையும் அவைகளின் இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாக இருக்கும் வரை உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவை செயல்பட்டுக் கொண்டு இருக்கும்.

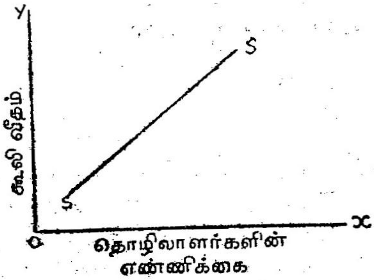


படம் 72

எடுத்துக்காட்டாகத் தொழிலாளர்களின் தேவையை எடுத்துக் கொள்வோமானால் ஒரு நிறுவனம் தொழிலாளர்களின் கூலி அவர்களின் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாய்க்குச் சமமாக இருக்கும்வரை வேலையில் அமர்த்த முன்வரும். வரைபடத்தில் MRP என்ற வளைகோடு இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயைக் குறிக்கின்றது. தொழிலாளர்களின் கூலியும் அவர்களின் இறுதிநிலை வருவாயும் T என்ற புள்ளியில் சமமாவதனால் OM அளவு தொழிலாளர்கள் OW கூலியில் அமர்த்தப்படுவார்கள். அதே போல OM_1 தொழிலாளர்கள் OW_1 என்ற கூலி வீதத்தில் அமர்த்தப்படுவார்கள். ஏனெனில், கூலியும் இறுதிநிலை வருவாயும் T_1 என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. அதே போல OM_2 தொழிலாளர்கள் OW_2 என்ற கூலி வீதத்தில் அமர்த்தப்படுவார்கள். ஏனெனில், கூலியும் இறுதிநிலை வருவாயும் T_2 என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. எல்லாத் தொழிலாளர்களின் தேவையையும் இணைக்கும்போது வரைபடம் B-யில் உள்ளது போன்று ஒரு தேவைக்கோடு இடமிருந்து வலமாகக் கீழ்நோக்கிச் செல்வது போன்று கிடைக்கும். வரைபடம் B-யில் DD என்ற கோடு தொழிலாளர்களின் (உழைப்பின்) தேவைக் கோடாக வரையப்பட்டுள்ளது.

உற்பத்திக் காரணிகளின் அமைப்பு

காரணிகளின் விலையின் வீதம் அதிகமானால் தொழிலுக்குக் கிடைக்கும் உற்பத்திக் காரணிகளும் அதிகமாக இருக்கும். எனவே, ஒரு தொழில் நிறுவனத்தில் உழைப்பாளர்களின் கூலியைக் கூட்டும் போது அவர்களின் அளிப்பும் அதிகமாகும். எனவே, அளிப்புக் கோடு கீழிருந்து மேல் நோக்கிச் செல்லக் கூடியதாகும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

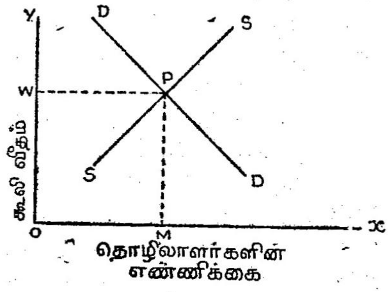


படம் 73

கூலிக்கு ஏற்பத் தொழிலாளர்களின் அளிப்பு அமைவதனால் SS என்ற தொழிலாளர்களின் அளிப்புக் கோடு இடமிருந்து வலமாகக் கீழிருந்து மேல் நோக்கிச் செல்லும்.

விலையை நிருணயித்தல்

(உழைப்பின்) தொழிலாளர்களின் தேவைக்கோடு DD எனப்படும். வரைபடத்தில் SS என்ற கோடு தொழிலாளர்களின் அளிப்பைக் குறிக்கும். தேவைக் கோடும் அளிப்புக் கோடும் P என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. எனவே, OM அளவு தொழிலாளர்கள் வேலையில் ஈடுபடுவார்கள். கூலி OW என்று நிருணயிக்கப்படும்.



படம் 74

எனவே தற்காலக் கோட்பாட்டின்படி உற்பத்திக் காரணிகளின் விலையை அவைகளின் தேவை அளிப்பு இவைகளின் இயக்கத்தின் மூலம் நிருணயிக்கலாம்.

12. வாரக் கோட்பாடுகள்

(Theories of Rent)

பொதுவாக வாரம் (Rent) என்ற சொல் கட்டிடங்களுக்கோ அல்லது கடைகளுக்கோ கொடுக்கப்படும் வாடகையைக் குறிக்கும். ஆனால், பொருளியலில் வாரம் என்ற சொல் நிலத்தைக் குத்தகைக்கு விடுவதனால் குத்தகைக்காரன் செலுத்தும் விலையைக் குறிக்கும். மற்றொருவனின் நிலத்தை உபயோகப்படுத்துவதற்காகச் செலுத்தப்படும் தொகையே வாரம் என்று சொல்லப்படும். நிலத்தினுடைய அளவு நிலையானது. மேலும் எல்லா நிலங்களும் ஒரே அளவான வளத்தைக் கொண்டுள்ளதன்று. வளமான நிலத்தை உபயோகப்படுத்தும் போது அதனுடைய வளம் குறைந்து கொண்டே செல்கிறது. எனவே, மற்றொருவருடைய நிலத்தை உபயோகப்படுத்தும் போது அந்த நிலத்திற்காக வாரம் கொடுக்கப்பட வேண்டும்.

வாரத்தை ஒப்பந்த வாரம் (Contractual Rent), பொருளாதார வாரம் (Economic Rent) என இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். வீட்டை உபயோகப்படுத்துவதற்காகக் கொடுக்கப்படும் வாடகையில் அக்கட்டிடம் கட்டுவதற்கான முதலுக்குரிய வட்டியும் (Interest on Capital invested) அக்கட்டிடம் அமைந்துள்ள நிலத்தின் உபயோகத்திற்காக ஒரு சிறு தொகையும் (Payment for the use of land) அடங்கியுள்ளன. இவை யாவும் ஒப்பந்த வாரம் எனப்படும். அதில் நிலத்தின் உபயோகத்திற்காகக் கொடுக்கப்படும் தொகை மட்டும் பொருளாதார வாரம் எனப்படும். எனவே, பொருளாதார வாரம் நிலத்தை உபயோகிப்பதற்காக மட்டுமே கொடுக்கப்படும் தொகையைக் குறிக்கும். இது முதலீட்டிற்குக் கொடுக்கப்படும் வட்டியைக் குறிக்காது.

ரிக்கார்டோவின் வாரக் கோட்பாடு

(Ricardian theory of Rent)

தொன்மைப் பொருளியல் வாரத்தைச் சிறந்த முறையில் விளக்குபவர் பொருளியல் வல்லுநர் டேவிட் ரிக்கார்டோ

ஆவார். எனவே, அவருடைய பெயரிலேயே அக்கோட்பாடு 'ரிக்கார்டோவின் வாரக் கோட்பாடு' என்று அழைக்கப்படு கிறது. 'நிலத்தை உபயோகப்படுத்துவதற்காக நிலக் கிழாருக்குக் கொடுக்கப்படும் உற்பத்தியின் ஒரு பகுதியே வாரம்' என்று வாரத்திற்கு ரிக்கார்டோ இலக்கணம் வகுக்கிறார். (That portion of the produce of the earth which is paid to the landlord for the use of the original and indestructible power of the soil).

எடுகோள்கள்

பொருளியல் வல்லுநர் ரிக்கார்டோவின் வாரக் கோட்பாடு சில எடுகோள்களினால் அமைந்துள்ளன.

1. மிகவும் செழிப்பான நிலம் மிகவும் குறைவாகவே இருக்கின்றது.

2. உற்பத்தி தொடங்கும்போது மிகவும் செழிப்பான நிலத்தை முதலிலும் பிறகு படிப்படியாகச் செழிப்புக் குறைந்த நிலங்களையும் உற்பத்திக்குப் பயன்படுத்துவார்கள் என்று கூறுகிறார்.

3. எல்லா நிலங்களிலும் செழுமை ஒரே விதமாக அமைவ தில்லை. செழிப்பைக் கொண்டு நிலத்தை மூன்று விதங்களாகப் பிரிக்கிறார். அதிகச் செழிப்புள்ள நிலம் (Most fertile land), செழிப்பான நிலம் (More fertile land) செழிப்புக் குறைந்த நிலம் (least fertile land).

4. ரிக்கார்டோ அதிகச் செழிப்புள்ள நிலத்தை முதல்தர நிலமென்றும், செழிப்புள்ள நிலத்தை இரண்டாம்தர நில மென்றும், செழிப்புக் குறைந்த நிலத்தை மூன்றாம்தர நிலம் என்றும் பிரிக்கிறார்.

5. நீண்ட காலத்தில் வாரம் நிருணயிக்கப்படுகிறது.

6. (No-Rent land or marginal land) வாரமில்லா நிலம் ஒவ்வொரு நாட்டிலும் இருக்கிறது. செழிப்பான நிலங்களின் வாரங்களை வாரமில்லா நிலத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு அளக்கின்றார்கள்.

7. நிலத்தின் பரப்பளவும் அதன் தன்மையும் (Quality) வரையறுக்கப்பட்டவைகளே.

8. நிலத்திற்கு மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளுக் கில்லாத உண்மையான அழிக்க முடியாத ஆற்றல்கள் இருக்கின்றன.

9. நிலம் குறைந்துசெல் விளைவு விதியைப் பின்பற்றி இயங்குகின்றது.

10. மக்கள் தொகை வளர்ந்து கொண்டே இருக்கிறது.

11. உற்பத்திச் செலவு நிலத்தின் தரங்களுக்கேற்ப வேறுபடாமல் ஒரே அளவாகவே இருக்கின்றது.

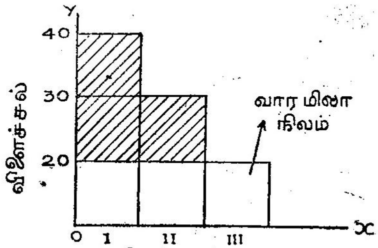
ரிக்கார்டோவின் வாரக் கோட்பாட்டை ஓர் எடுத்துக்காட்டின் மூலம் விளக்கலாம். புதியதொரு நாட்டில் மக்கள் கூட்டம் சில குடியேறுவதாக வைத்துக் கொள்வோம். அங்கு X, Y, Z என்ற மூன்று தர நிலங்கள் (Three types of land) இருப்பதாக வைத்துக் கொள்வோம். X மிகவும் செழிப்புள்ள நிலம் (Most fertile land) Y செழிப்பான நிலம் (More fertile land) Z செழிப்புக் குறைந்த நிலம் (Least fertile land). அதாவது X முதல்தர நிலம், Y இரண்டாம்தர நிலம், Z மூன்ரும்தர நிலம் என்று எடுத்துக் கொள்வோம். மக்கள் தொகை முதலில் அந்த நாட்டிற்குள் செல்லும்போது மிகவும் செழிப்பான முதலாம்தர நிலத்தையே பயிரிடுவார்கள். அந்த நிலத்தில் ரூ. 600 செலவு செய்து 40 மூட்டை நெல் உற்பத்தி செய்வதாக வைத்துக் கொள்வோம். அதாவது சராசரி உற்பத்தி செலவு ரூ. 15 ஆகும். செழிப்பு மிகுந்த முதலாம்தர நிலம் மிகுதியாகக் கிடைக்கும் வரை அவைகளின் உபயோகத்திற்கு யாரும் விலை (வாரம்) கொடுக்க வேண்டியதில்லை. மக்கள் தொகை பெருகுவதாக எடுத்துக் கொள்வோம். இப்போது முதலாம் தரமுள்ள நிலங்களிலிருந்து கிடைக்கும் நெல் பற்ருத நிலை ஏற்படுவதால் இரண்டாந்தரமுள்ள (X-ஐ விடத் தரம் குறைந்த நிலம்) நிலங்களை உற்பத்தி செய்யத் தொடங்குவார்கள். ரூ. 600 செலவு செய்து இரண்டாம்தர நிலத்தைப் பயிரிடுவதனல் 30 மூட்டை நெல் மட்டுமே கிடைக்கின்றது என்று எடுத்துக் கொள்வோமானல் சராசரி ஒரு மூட்டையின் உற்பத்திச் செலவு ரூ. 20 ஆகும். மேலும், மக்கள் தொகை பெருகுவதால் உணவுப் பொருள் தேவைப்படுகின்றது என வைத்துக் கொள்வோம். இப்பொழுது மூன்ரும் தரமுள்ள (Least fertile land) நிலங்களைப் பயிர் செய்ய வேண்டிய நிலை ஏற்படுகின்றது. ரூ. 600 செலவு செய்து 20 மூட்டை நெல் உற்பத்தி செய்வதாக எடுத்துக் கொள்வோமானல் அதன் சராசரி உற்பத்திச் செலவு ரூ. 30 ஆகும். மூன்ரும்தரமுள்ள நிலத்தில் விளைகின்ற 20 மூட்டை நெல்லுக்குச் சமமாக உற்பத்

திச் செலவு இருக்கும். எனவேதான் மூன்றும்தர நிலத்தைப் பயிரிடுகிறுர்கள். இந்த மூன்றும்தர நிலம் 'வாரமிலி நிலம்' அல்லது 'இறுதிநிலை நிலம்' எனப்படும். இந்த வாரமிலி நிலத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு இரண்டாம்தர நிலத்தைப் பார்க்கும்போது 10 மூட்டை நெல் அதிகமாகப் பெறப்படுகின்றது. முதலாம்தர நிலத்தைப் பார்க்கும்போது 20 மூட்டை நெல் அதிகமாகப் பெறப்படுகின்றது. இந்த எச்சமே 'வாரம்' எனப்படும்.

மேலே உள்ள உதாரணத்தை அட்டவணை மூலமாகவும் வரைபடத்தின் மூலமாகவும் நாம் அறியலாம்.

நிலத்தின் தரம்	மொத்த உற்பத்தி (நெல் மூட்டைகள்)	மொத்த உற்பத்திச் செலவு ரூ.	எச்சம் (நெல் மூட்டைகள்)
I	40	600	20
II	30	600	10
III	20	600	இல்லை.

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சு மூன்று தரமுள்ள நிலங்களைக் குறிக்கின்றன. OY என்ற அச்சு விளைச்சலைக் குறிக்கின்றது. முதல்தர நிலத்தில் 20 மூட்டை நெல்லும் இரண்டாம்தர நிலத்திற்கு 10 மூட்டை நெல்லும் வாரமாகக் கிடைக்கின்றன.



படம் 75

மூன்றும்தர நிலத்தின் சராசரி உற்பத்திச் செலவு ரூ. 30 மூன்றும்தர நிலமோ வாரமிலி நிலம் அல்லது இறுதிநிலை நிலம். ஆனுல், இந்தத் தொகையில் வாரம் அடங்கவில்லை. விலையை நிருணயிப்பதே இறுதிநிலை அல்லது வாரமிலி நிலத்தின் உற்பத்திச் செலவின் அடிப்படையிலேதான். ஆனுல், இறுதிநிலை நிலத்தில் வாரம் இல்லாததால் விலையை வாரமானது முடிவு

செய்யவில்லை எனலாம். ஆனால், வாரத்தை முடிவு செய்வது விலை ஆகும். (Rent is a price determined surplus and is not price determining).

முதலாம்தரம், இரண்டாம்தர நிலங்களில் உற்பத்திச் செலவு போக எச்சமாக இருப்பதற்குக் காரணம் விலை உயர்வாக இருப்பதுதான். விலை ரூ. 15 என்று இருந்தால் முதல்தர நிலத்தில் வாரம் ஏதும் கிடைக்காது. அவ்வாறே விலை ரூ. 20 ஆக இருக்கும்போது இரண்டாம்தர நிலத்திற்கு வாரம் கிடைக்காது. ஆனால், விலை ரூ. 20 ஆக இருக்கும்போது முதல்தர நிலத்திற்கு ரூ. 300 (10 × 30) வாரமாகவும் கிடைக்கிறது. ஆகவே, விலை தோன்றும்போது வாரமும் தோன்றுகிறது. விலை உயரும்போது வாரமும் அதிகமாகின்றது. எனவே, விலையை வாரமானது முடிவு செய்வதில்லை. வாரத்தை முடிவு செய்வதுவே விலை.

வாரம் என்பது மனிதனுடைய உழைப்புத் திறனால் உருவாக்கப்பட்டது அன்று என்று ரிக்கார்டோ கூறுகிறார்கள். (Rent is an unearned income). எனவே, நிலக்கிழார் உழைக்காமல் தேடுகின்ற வருமானமே வாரம் எனப்படும்.

திறனாய்வு (Criticism)

1. ஒரு நாட்டில் மக்கள் குடியேறியவுடன் உணவுப் பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதற்காக மக்கள் முதல் தரமான நிலங்களையே பயிர் செய்வார்கள் என்று ரிக்கார்டோ கூறுகின்றார். ஆனால், ஒரு நாட்டில் குடியேறியவுடன் மக்கள் தங்களுக்கருகிலுள்ள எல்லா நிலத்திலுமே பயிர் செய்வார்களே தவிர நிலத்தின் தரத்தைப் பற்றிச் சிந்தனை செய்யமாட்டார்கள் என்று பொருளியல் வல்லுநர் காரே (Carey) குறிப்பிடுகின்றார்.

2. நிலத்தில் இயற்கையான அழிவற்ற வளம் இருப்பதால் வாரம் கொடுக்கப்படுகிறதென்று ரிக்கார்டோ கூறுகின்றார். ஆனால், தற்போது செயற்கை உரத்தின் மூலமாகவும் நிலத்தின் வளத்தை அதிகப்படுத்துகிறார்கள்.

3. மேலும் ரிக்கார்டோவின் கருத்துப்படி வாரம் இறுதிநிலை அல்லது வாரமிலி நிலத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு கணக்கெடுக்கப்படுகிறது. வாரமிலி நிலத்திற்கு வாரம் கிடையாது. ஏனெனில், அந்நிலத்தின் உற்பத்தி, செலவுத் தொகைக்குச் சமமாக இருப்பதேயாகும் என்கிறார். ஆனால், மக்கள் தொகையின் பெருக்கத்தினால் தரம் குறைந்த நிலத்திற்கும் வாரம்

கொடுக்கப்படுகிறது. எனவே, நடைமுறையில் வாரமிலி நிலம் என்று ஒன்று கிடையாது.

4. வாரமிலி அல்லது இறுதிநிலை நிலத்தின் உற்பத்திச் செலவே விலையை நிருணயிக்கிறது. ஆனால், அந்நிலம் வாரமிலி நிலமாதலால் (No-Rent Land) விலையில் வாரம் இடம் பெறுவதில்லை. வாரத்தை முடிவு செய்வதே விலை என்றும் விலை உயரும்போது வாரமும் அதிகமாகின்றது என்றும் ரிக்கார்டோ கூறுகின்றார். ஆனால், குத்தகைக்காரன் வாரம் கொடுக்கும் போது, அவ்வாரத்தையும் உற்பத்திச் செலவில் ஒரு பகுதியாக சேர்த்துக் கொள்வான்.

5. வாரம் என்பது நிலத்திற்கு மட்டும் பொருந்தும் என்று கூறுகின்றார். ஆனால், வாரம் நிலத்திற்கு மட்டுமின்றி மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளான உழைப்பு, மூலதனம் போன்றவைகளும் பற்றாக் குறைவாகக் காணப்படும்போது வாரம் கிடைக்கும்.

6. நிலத்தின் செழிப்பில் வித்தியாசம் இருப்பதாலேயே வாரம் உருவாகிறது. எல்லா நிலங்களும் ஒரே அளவு வளம் பெற்று இருக்குமானால் அங்கே வாரம் என்ற சொல்லுக்கே இடமில்லை என்று ரிக்கார்டோ கூறுகின்றார். ஆனால், திறனாய்வாளர்கள் எல்லா நிலங்களும் ஒரே செழிப்புடன் இருந்தாலும் தேவையோடு ஒப்பிட்டுப் பார்க்கும்போது பற்றாக்குறைவாக இருக்குமானால் அங்கே வாரம் உண்டாகிறது. (Even if all lands are equally fertile, if there is scarcity of land in relation to the demand for it, rent will arise).

7. நிலக்கிழார்களுக்கும் குத்தகைக்காரர்களுக்கும் இடையே நிறைவுப் போட்டி (Perfect Competition) இருப்பதாக ரிக்கார்டோ கூறுகின்றார். உண்மையில் இவர்களுக்கிடையில் நிறை குறைப் போட்டியே (Imperfect Competition) செயல்படுகிறது.

புதுமை வாரக் கோட்பாடு

(Modern Theory of Rent)

நிலத்திற்குச் சில தனிச் சிறப்புகள் உண்டு என்றும் அந்நிலத்தைக் குத்தகைக்காரன் உபயோகப்படுத்தும்போது நிலக்கிழாருக்கு உற்பத்தியில் ஒரு பகுதியைக் கொடுக்கின்றான் என்றும் அதுவே வாரம் என்றும் ரிக்கார்டோ தன்னுடைய

கோட்பாட்டில் கூறியுள்ளார். அவரது கோட்பாட்டின்படி நிலம் மற்றைய உற்பத்திக் காரணிகளுக்கு இல்லாத சில தனிச் சிறப்புகளைப் பெற்றிருக்கின்றன என்று விளங்குகின்றது. ஆனால், தற்கால ஆசிரியர்கள் நிலத்திற்கு மட்டும் தனிச் சிறப்புகள் ஒன்றும் கிடையாது என்றும், நிலத்திற்கு மட்டும் என்று கூறிய சிறப்பியல்புகள் ஏனைய உற்பத்திக் காரணிகளிடத்திலும் காணப்படுகிறது என்றும் ஆதலால் வாரத்தை நிருணயிப்பது தேவையும் அளிப்பையும் வைத்தே என்று கூறுகின்றனர்.

ரிக்கார்டோ தன்னுடைய கோட்பாட்டில் நிலத்திற்கு இரு தனிச் சிறப்புகள் உண்டு. அது மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளுக்கு இல்லை என்று கூறுகின்றார். முதலாவதாக நிலத்தின் அளிப்புத் தேவையோடு இணைத்துப் பார்க்கும்போது நிலையாக இருக்கின்றது என்கிறார். (The supply of land is limited in relation to its demand). உழைப்பு, முதல், அளிப்புப் போன்ற மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளும் நாளடைவில் அதிகரிக்கலாமே யொழிய குறுகிய காலத்தில் நிலத்தைப் போலவே நிலையானவை என இன்றைய ஆசிரியர்கள் கூறுகிறார்கள். இரண்டாவதாக முதல் தரமுள்ள நிலங்கள் குறிப்பிட்ட அளவே உள்ளன என்று ரிக்கார்டோ கூறுகின்றார். (The supply of land is inelastic from the qualitative point of view). ஆனால், திறமை மிக்கத் தொழிலாளர்களும், தொழில் முயல்வோர்களும் குறுகிய காலத்தில் மிகக் குறைவாகவே இருக்கிறார்கள் என்று கூறுகிறார்கள் இன்றைய ஆசிரியர்கள்.

ரிக்கார்டோ தன்னுடைய கோட்பாட்டில் ஏன் வாரம் உண்டாகின்றது என்பதற்கு விளக்கம் கொடுக்கவில்லை. இதனை விளக்கவே தற்கால ஆசிரியர்கள் பற்றுக்குறை வாரக் கோட்பாட்டை (Scarcity theory of Rent) அமைத்துள்ளனர். இக் கோட்பாடு தேவையை (demand) விட நிலத்தின் அளிப்பு (supply) குறைவாக இருப்பதாலேயே வாரம் தோன்றுகின்றது என்று கூறுகின்றது.

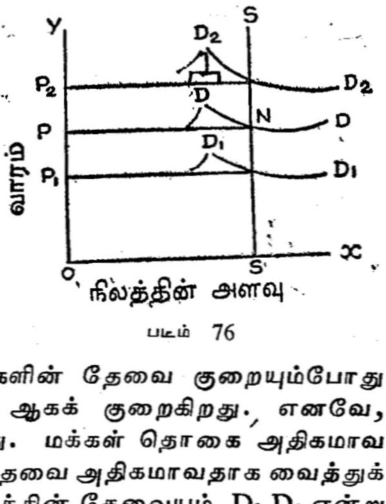
நிலத்தின் அளிப்பை (Supply of land) எடுத்துக் கொள்வோமானால், அது நிலையானது, நெகிழ்வற்றது (inelastic) வாரம் எவ்வளவுதான் மாறினாலும் நிலத்தின் அளிப்பு மாறுபடுவதில்லை.

நிலத்தின் தேவை (Demand of land) அதில் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்ற உணவுப் பொருள்களின் வழி வந்த தேவையைப் (Derived Demand) பொருத்தமாகும். ஜனத் தொகை அதிகரிக்கும்போது உணவுப் பொருள்களின் தேவை

உயருகிறது. உணவுப் பொருள்களை அதிகமாகப் பயிரிடுவதற்கு நிலத்தின் தேவையும் அதிகமாகிறது. நிலத்தின் தேவை அதிகரிப்பதால் அதற்காகக் கொடுக்கக்கூடிய வாரமும் அதிக மாகிறது.

நிலத்தின் அளிப்புத் தேவை இவற்றைப் பொருத்தே வாரம் நிருணயிக்கப்படுகிறது. அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்கும் போது நிலத்தின் தேவை அதிகரித்தால் வாரமும் அதிகமா கிறது. நிலத்தின் தேவை குறைந்தால் வாரமும் குறைகின்றது. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

OX அச்சு நிலத்தின் அளவையும் OY என்ற அச்சு வாரத்தையும் குறிக்கின்றது. வரைபடத்தில் SS என்ற செங்குத்துக் கோடு நிலத்தின் அளிப்பைக் குறிக்கின்றது. நிலத்தின் அளிப்பு நெகிழ்வற்ற தாகையால் செங்குத்தாக இருக்கிறது. DD என்ற வளைவுக் கோடு நிலத்தின் தேவையைக் குறிக்கின்றது. நிலத்தின் தேவையும், அளிப்பும் N என்ற புள்ளியில் இணைகின்றது. எனவே வாரம் OP யாக இருக்கும். உணவுப் பொருள்களின் தேவை குறையும்போது நிலத்தின் தேவையும் $D_1 D_1$ ஆகக் குறைகிறது. எனவே, வாரமும் OP_1 ஆகக் குறைகிறது. மக்கள் தொகை அதிகமாவ தால் உணவுப் பொருள்களின் தேவை அதிகமாவதாக வைத்துக் கொள்வோம். இப்போது நிலத்தின் தேவையும் $D_2 D_2$ என்று அதிகமாகும். எனவே, வாரமும் OP_2 என்று உயரும். ஆனால், தேவையைவிட அளிப்பு அதிகமாக இருக்குமேயானால் வாரம் உண்டாகாது.

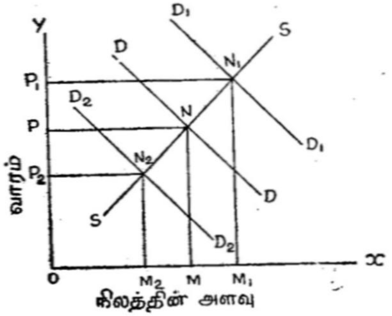


படம் 76

ஒரு தனிப்பட்ட விவசாயியை எடுத்துக் கொள்வோமானால் நிலத்தின் அளிப்பு நெகிழ்வுள்ளதாகவே (Elastic) இருக்கும். வாரம் குறையும்போது உற்பத்தி செய்வதிலிருந்து அந்நிலத்தை நீக்கி மற்றப் பொருள்களின் உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்துவான். வாரம் அதிகமாகும்போது மற்ற நிலங்களையும் உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்துவான். எனவே, தனித்து ஓர் உற்பத்தியோடு நிலத் தின் அளிப்பை இணைத்துப் பார்க்கும்போது அவ்வளிப்பு

வாரத்தை யொட்டிக் கூடுகிறது, அல்லது குறைகிறது. இதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

வரைபடத்தில் OX அச்சு நிலத்தின் அளவையும் OY என்ற அச்சு வாரத்தையும் குறிக்கின்றது. நிலத்தின் அளிப்பை SS என்ற கோடும் நிலத்தின் தேவையை DD என்ற கோடும் காட்டுகின்றது. நிலத்தின் தேவை DD என்று இருக்கும்போது OP வாரம் கிடைக்கும் நிலத்தின் தேவை அதிகரிக்கும்போது (D_1D_1) நிலத்தின் அளிப்பும் அதிகமாகிறது. (M_1N_1) எனவே வாரம் OP_1 ஆக உயருகிறது. நிலத்தின் தேவை D_2D_2 எனக் குறையும்போது அளிப்பும் M_2N_2 எனக் குறைகின்றது. வாரமும் OP_2 ஆகக் குறைகிறது. அளிப்பு மிகுதியாக இருந்தால் வாரம் ஏற்படாது.



படம் 77

வாரம் ஓர் எச்சப்பாடு (Rent as a Surplus)

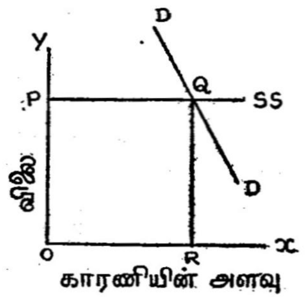
ரிக்கார்டோவின் வாரக் கோட்பாட்டைப் போன்றே தற்காலக் கோட்பாடும் வாரம் ஓர் எச்சம் என்று கூறுகிறது. எச்சம் என்பது இப்போதைய வருவாய்க்கும் (Actual earnings) மாற்று வருவாய்க்கும் (Transfer earnings) உள்ள வித்தியாசமே யாகும். ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் வாரத்தை (எச்சத்தை) அது தற்போது உபயோகப்படுத்தப்பட்டுள்ள தொழிலில் கிடைக்கின்ற வருவாயிலிருந்து மற்றொரு தொழிலில் அதை உபயோகப்படுத்தினல் கிடைக்கக் கூடிய ஊதியத்தைக் கழிப்பதினல் கிடைப்பதாகும் என்று திருமதி ஜோன் ராபின்சன் (Mrs. Joan Robinson) கூறுகின்றார். (Rent is the difference between the actual earnings and transfer earnings).

ஒரு காரணிக்குக் கொடுக்கப்படும் ஊதியமானது குறைந்தது அதனுடைய மாற்று வருவாய்க்குச் சம அளவிலாவது இருக்க வேண்டும். இல்லாவிடில் அது பிற தொழில்களை நாடிச் செல்லும். இம் மாற்று வருவாய்க்கும் அதிகமாகக் கொடுக்கப்படும் எந்தத் தொகையும் எச்சம் அல்லது வாரம் எனப்படும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு நிலத்தில் நெல் விளைவிப்பதன் மூலம்

ரூ. 500 வருவாய் கிடைப்பதாக வைத்துக் கொள்வோம். அந்நிலத்தில் கோதுமை பயிரிடுவோமாஞல் ரூ. 4500 தான் வருவாய்க்கிடைக்கும் என்றும் வைத்துக் கொள்வோம். நெல் சாகுபடி செய்வதால் அதிகமாக வருவாய் கிடைப்பதால்தான் தொடர்ந்து நெல் சாகுபடி செய்யப்படும். அவ்வருமானம் 4500 ரூபாய்க்கும் குறைந்தால் அந்நிலத்தைக் கோதுமை உற்பத்திக்குப் பயன்படுத்த நேரிடும். எனவே, குறைந்தபட்ச மாக ரூ. 4500 கிடைக்க வேண்டும். ஆனல் ரூ. 5000 கிடைக் கிறது. எனவே, இங்கே கிடைக்கும் வாரம் ரூ. 500 ஆகும். இதையே திருமதி ஜோன் ராபின்சன் 'உற்பத்திக் காரணியின் குறைந்தபட்ச அளிப்பு விலைக்கு (Minimum supply price) மேலே கிடைக்கின்ற எச்ச வருவாய் வாரமாகும் என்கின்ருர். இங்கே மாற்று வருவாய் ரூபாய் 4500. தற்போதைய வருவாய் ரூபாய் 5000. எனவே, வாரம் ரூ. 500 ஆகும். இந்தக் கோட் பாடு நிலத்திற்கு மட்டுமின்றி ஏனைய உற்பத்திக் காரணிகளுக் கும் பொருந்தும். எடுத்துக்காட்டாக ஓர் உழைப்பாளிக்கு ஒரு தொழிலில் ரூ. 400 கிடைப்பதாக வைத்துக் கொள்வோம். அவன் வேறு தொழிலுக்குச் செல்வானேயானல் ரூ. 300 தான் கிடைக்கும் என்ருல் அவனுக்குக் கிடைக்கும் வாரம் ரூ. 100 ஆகும். 7 சதவீத வட்டியில் முதலீடு செய்ய முதல் கிடைக்கும் போது தற்போது 10 சதவீத வட்டி பெற்று வந்தால் அதிக மாகப் பெற்ற 3 சதவீதம் வாரம் எனக் கருதப்படுகிறது. தொழில் முயல்வோன் ஒருவன் 2000 ரூபாய் ஆதாயத்தில் தொழில் நடத்த ஆயத்தமாக இருக்கும்போது உண்மையில் 3000 ரூபாய் ஆதாயம் பெற்ருனேயாஞல் அவன் அதிகமாகப் பெற்ற ரூ. 1000 வாரம் எனக் கருதப்படும்.

ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் அளிப்பு முற்றிலும் நெகிழ்ச்சி யுள்ளதாக (Perfectly Elastic) இருக்குமேயாஞல் வாரம் ஏற் படாது. அவையெல்லாம் மாற்று வருவாயே ஆகும். ஏனெனில், அளிப்பு முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியுள்ளதாக இருக்கும்போது குறிப் பிட்ட விலையில் காரணியின் அளிப்பிற்கு முடிவேயில்லை என லாம்.

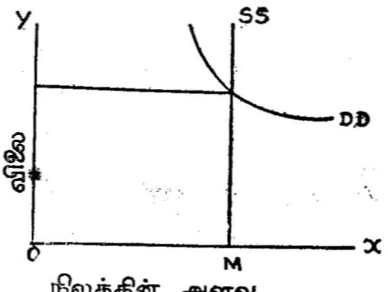
வரைபடத்தில் SS என்ற அளிப்புக் கோடு ஒரு படுக்கைக் கோடாக கிடக்கிறது DD என்ற கோடு காரணியின் தேவை யைக் குறிக்கின்றது. OR காரணியில் கிடைக்கும் வருவாய் OPQR ஆகும். இதுவே அதனுடைய மாற்று வருவாயுமாகும். ஆகவே இங்கு வாரம் கிடையாது.



படம் 78

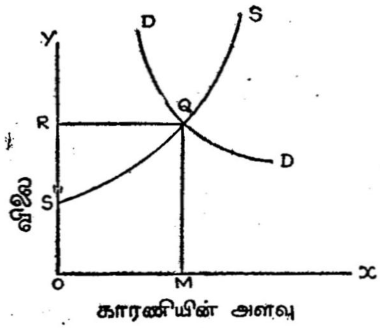
ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் அளிப்பு முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியற்றதாக (Perfectly inelastic) இருக்குமேயானால் உற்பத்திக் காரணியின் வருவாய் அனைத்தும் வாரம் எனப்படும்.

காரணியின் அளிப்பு நிலையானது. எனவே, செங்குத்தாக இருக்கிறது. நிலத்தின் தேவை மிகுந்தாலும் அதன் அளிப்பு நிலையானது. எனவே, காரணியின் மாற்று வருவாய் பூஜ்யமாக இருப்பதால், வருமானம் அனைத்தும் வாரம் எனப்படும்.



படம் 79

ஓர் உற்பத்திக் காரணியின் அளிப்பு நிறை குறை நெகிழ்ச்சியுடன் இருக்குமேயானல் அதன் வருவாயில் வாரமும் கலந்து இருப்பதை நாம் அறியலாம்.



படம் 80

வரைபடத்தில் OX அச்சுக் காரணியின் அளவையும் OY அச்சு விலையையும் காட்டுகிறது. விலை OR என இருக்கும் போது காரணியின் அளிப்பு OM ஆகும். அப்போது மொத்த வருவாய் OMRQ. ஆனல், உற்பத்திக் காரணிகளின் குறைந்தபட்ச அளிப்பு விலை (Minimum supply of price) OMSQ ஆகும். ஆகவே, OM காரணி எச்சமாகப் பெறுவது SRQ அளவாகும். இதுவே வாரமாகிறது. எனவே, நிறை குறை நெகிழ்ச்சியில் வாரம் தோன்றும்.

போலி வாரம்
(Quasi Rent)

பொருளாதாரத்தில் வாரம் என்பது உற்பத்திக் காரணிகள் முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியற்றதாய் இருக்கும்போது கிடைக்கின்ற எச்சமாகும். நிலத்தை எடுத்துக் கொள்வோமானால் இதன் அளிப்பு முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியற்றதாகவே இருக்கிறது. குறுங்காலத்திலோ நெடுங்காலத்திலோ மாறக் கூடியதல்ல. எனவே, தேவை உருவாகும்போது கிடைக்கின்ற எச்ச வருவாய்க்கு வாரம் என்று பெயர் என அறிவோம். இயந்திரங்கள் போன்ற முதல் கருவிப் பொருள்களின் அளிப்புக் குறுங்காலத்தில் (Short-run) நெகிழ்ச்சியற்றனவாக இருக்கும். ஏனெனில், அதன் அளிப்பைக் குறுங்காலத்தில் மாற்றியமைக்க முடியாது. அளிப்பை அதிகரிக்க வேண்டுமாயின் நீண்ட காலம் பிடிக்கும்.

இந்நிலையில் இயந்திரங்களின் தேவை அதிகரிக்கிறது என்று வைத்துக் கொள்வோம். இயந்திர உற்பத்தியாளர்கள் குறுங் காலத்தில் இத்தேவையைப் பூர்த்தி செய்ய முடியாது. நீண்ட காலத்திலேயே அளிப்பை நெகிழ்வுள்ளதாக அமைக்க முடியும். எனவே, குறுங்காலத்தில் அவ்வியந்திரங்களின் விலை அதிகரிக்கத் தொடங்குகிறது. இந்நிலையில் ஏற்கனவே குறைந்த விலையில் இயந்திரங்களை வாங்கியவர்கள் தம்முடைய இயந்திரங்களை தற்போது உள்ள அதிக விலையில் விற்க முடியும். அந்த எச்சத் தொகையே போலி வாரமாகும்.

ஒரு பொருளின் தேவை அதிகரிக்கும்போது பொதுவாக அதன் விளைவும் அதிகரிக்கத் தொடங்கும். தேவையைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக மேலும் சில காலங்கள் பிடிக்கும். எனவே, தேவையை முற்றிலும் சரிக்கட்டும்வரை ஏற்கனவே இருக்கின்ற நிறுவனங்கள் வழக்கத்திற்கு மாறாக அதிகமான வருவாய் ஈட்டுவார்கள். இந்த அதிக வருவாயே போலி வாரமாகும். போலி வாரம் இயந்திரக் கருவிகளில் மட்டுமின்றி எல்லா உற்பத்திக் காரணிகளிலும் குறுங்காலத்தில் தோன்றும். எடுத்துக்காட்டாகப் பாடகர்களின் தேவை கூடுகிறதென்று வைத்துக் கொள்வோம். குறுகிய காலத்தில் அவர்களின் அளிப்பைக் கூட்ட முடியாது. ஆதலால், அவர்களின் குறுங்கால வருவாய் அதிகமாகவே இருக்கும். அவர்கள் பெறும் குறுங்கால எச்ச வருவாய் போலி வாரம் எனப்படும். இதுபோலவே முதலீட்டின் தேவை திடீரென்று அதிகரிப்பதாக வைத்துக் கொள்வோம். தேவையை உடனே ஈடு

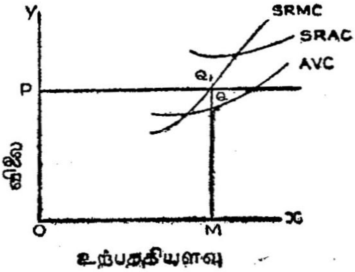
செய்ய முடியாது. சிறிது காலம் பிடிக்கும். எனவே, குறுங் காலத்தில் தேவை அதிகரிப்பதால் வட்டியும் அதிகரிக்கிறது. இந்த எச்ச வட்டியே முதலின் போலி வாரமாகும். இதையே பேராசிரியர் பிளக்ஸ் 'குறுகிய காலத்தில் கிடைக்கும் வரு வாய்க்கு மேல் கிடைக்கும் எச்சமே போலி வாரமாகும்' என் கிருர்.

போலி வாரம் நிலையற்ற ஒன்ருகும். குறுங்காலத்தில் நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்கும் அளிப்புத் தேவைக்கேற்ப நீண்ட காலத்தில் நெகிழ்ச்சியுள்ளதாக மாறும். அளிப்பு நெகிழ்ச்சி யற்றதாக இருக்கும் வரை போலி வாரம் தோன்றும். தேவைக் கேற்ப அளிப்பு நெகிழ்ச்சியடையும்போது போலி வாரம் நிலை பெற்ற ஒரு எச்ச வருமானமன்று. தற்காலிகமானதோர் எச்ச வருமானமாகும்.

ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு இருவிதமான செலவு கள் உண்டாகின்றன. ஒன்று மாறுகின்ற செலவு (Variable Cost) மற்ருென்று நிலையான செலவு (Fixed Cost). கச்சாப் பொருள்கள், எரி பொருள், உழைப்புப் போன்றவைகளில் இடு கின்ற செலவை மாறுகின்ற செலவு எனலாம். இயந்திரங்களில் நிருவாகம் போன்றவைகளில் இடுகின்ற செலவுக்கு நிலையான செலவு என்று பெயர். ஒரு நிறுவனம் குறுங்காலத்தில் நிலை யான செலவை ஈடுகட்டும் அளவிற்கு வருமானம் கிடைக்காத போதும் உற்பத்தியில் ஈடுபட்டிருக்கும். ஏனெனில், நிறு வனத்தைத் தற்காலிகமாக மூடினுலுங்கூட நிலையான செலவை அந்த நிறுவனமே ஈடு செய்ய வேண்டியதிருக்கும். எனவே, குறுங்கால விலை மாறுகின்ற செலவை மட்டுமே ஈடுகட்டினுல் போதும். சில சமயங்களில் குறுங்கால விலை மாறுகின்ற செலவைமட்டும் ஈடுகட்டினுல் போதுமெனக் கருதாமல் நிலை யான செலவில் ஒரு பகுதியை ஈடு செய்யும் அளவிற்கு வந்துவிட லாம். இந்த எச்சம் ஒரு குறுகிய காலத்திலேயே ஏற்படுகிறது. இதையே போலி வாரம் எனலாம். நிலையான செலவை ஈடு கட்ட முடியாத நிலையிலும் தொழிலில் ஈடுபட்டிருந்த ஒரு நிறுவ னத்திற்கு மாறுகின்ற செலவுக்குமேல் கிடைக்கின்ற எச்சத்தைப் போலி வாரம் என்று கூறலாம் என்கிருர் பொருளியல் வல்லுநர் மார்ஷல். இதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

வரைபடத்தில் OX அச்சு உற்பத்தியின் அளவையும் OY என்ற அச்சு விலையையும் குறிக்கின்றது. AVC என்ற வளை கோடு சராசரி மாறுகின்ற செலவைக் குறிக்கின்றது.

(Average Variable Cost). SRAC என்ற வளைகோடு குறுங்காலச் சராசரி மொத்தச் செலவைக் குறிக்கின்றது. SRMC என்ற வளைகோடு குறுங்கால இறுதி நிலைச் செலவைக் குறிக்கின்றது. OP என்பது உற்பத்தியின் விலையாகும். SRAV என்ற குறுங்காலச் சராசரி மொத்தச் செலவுக் கோடு OP என்ற விலையைவிட அதிகமாக இருக்கிறது. இருப்பினும் அந்நிறுவனம் குறுங்காலச் சராசரி மாறுகின்ற செலவை ஈடுகட்டுகின்றதாய் உள்ளது.



படம் 81

வரைபடத்தில் குறுங்காலச் சராசரி மாறுகின்ற செலவுக் கோடு (AVC) விலைக்குக் கீழேயே செல்கிறது. எனவே, உற்பத்தியில் ஈடுபட்டுள்ளது. ஆனால், OP விலையில் அந்நிறுவனம் சராசரி மாறுகின்ற செலவையும், நிலையான செலவின் ஒரு பகுதியையும் ஈடு செய்யக் கூடியதாய் உள்ளது. சராசரி மாறுகின்ற செலவுக்குமேல் கிடைக்கின்ற குறுங்கால எச்சமே போலி வாரமாகும். இங்கே Q Q_1 போலி வாரமாகும்.

சிறப்பியல்புகள்

1. போலி வாரம் நிலையான ஒன்று அல்ல. குறுங்காலத்தில் தோன்றக் கூடிய ஒரு எச்ச வருவாயாகும்.

2. உற்பத்திக் காரணிகளின் அளிப்பு நெகிழ்வற்றதாக இருக்கும்போது தேவை அதிகரிப்பதால் உண்டாகும் ஓர் எச்சமாகும். உற்பத்திக் காரணிகளின் அளிப்புத் தேவைக்கேற்ப நெகிழ்ச்சியடையும்போது இந்த எச்சம் மறைந்துவிடும்.

3. போலி வாரத்தை உழைப்பற்ற ஊதியம் (unearned income) என்று கூறுவார்கள். ஆனால், தொழில் பயில்வோனின் உழைப்பை மேலும் தூண்டுவதே இப்போலி வாரம்தான்.

13. கூலி

(Wages)

உற்பத்திக் காரணிகளான நிலம், உழைப்பு, மூலதனம் அமைப்பு இவைகளில் உழைப்புக்காகக் கொடுக்கப்படும் விலையே கூலி எனப்படும். உழைப்பென்பது உடல் உழைப்பாகவோ அல்லது மூளை உழைப்பாகவோ இருக்கலாம். எப்படிப் பட்ட உழைப்பாக இருந்தாலும் அவ்வுழைப்புக்குக் கொடுக்கப் படும் விலைக்குக் கூலி என்று பெயர். பொதுவாகக் கூலி என்றவுடன் குறைந்த வருவாய் உள்ளவர்களுக்குக் கிடைக்கும் ஊதியம் என்று நாம் கருதுகிறோம். பொருளியலில் மருத்துவர் வாங்குகின்ற கட்டணம், ஆசிரியருக்குக் கிடைக்கும் சம்பளம், வழக்குரைஞர் வாங்குகின்ற கட்டணம், மண்வெட்டுகிறவனுக்குக் கிடைக்கும் கூலி இவை யாவும் கூலி என்றே கருதப்படும்.

பொதுவாகக் கூலி செய்த வேலையின் (work done) அடிப்படையிலோ அல்லது மொத்தம் உழைத்த நேரத்தின் அடிப்படையிலோ கொடுக்கப்படும். செய்த வேலையின் அல்லது உற்பத்தியின் அடிப்படையில் கூலி கொடுக்கப்படுமேயானால் அதற்கு வேலைக் கூலி (piece wage) என்றும் உழைத்த நேரத்தின் அடிப்படையில் கூலி கொடுக்கப்படும்போது அதற்குக் காலக் கூலி (time wage) என்றும் பெயர் வழங்கப்படும். காலக் கூலியில் ஒரு நாளைக்கோ அல்லது ஒரு வாரத்திற்கோ அல்லது ஒரு மாதத்திற்கோ உழைத்தால் இவ்வளவு தொகை கூலியாகக் கிடைக்கும் என்று ஏற்கனவே நிருணயித்திருப்பார்கள். உழைப்பாளி எத்தனை நாட்கள் உழைக்கிறானோ அதற்கேற்ப கூலியைப் பெற்றுக் கொள்வான். வேலைக் கூலியில் ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்தால் இவ்வளவு கூலி என்று நிருணயித்திருப்பார்கள். ஒருவன் எத்தனைப் பொருள்கள் உற்பத்திச் செய்கின்றானோ அதற்கேற்றபடி கூலியைப் பெறுவான். தற்காலத்தில் ஒரு சில நிறுவனங்கள் இந்த இருமுறைகளையும் இணைத்துக் கூலியை நிருணயிக்கின்றன. ஒரு குறிப்பிட்ட காலக் கூலியை நிருணயித்து

அத்துடன் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவுக்குமேல் பொருள் உற்பத்தி செய்தால் கூடுதலாக இவ்வளவு கூலி கொடுக்கப்படும் என்று நிருணயிப்பார்கள். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நாளைக்கு 8 மணி நேரம் உழைத்து 10 பொருள்கள் உற்பத்தி செய்தால் ரூபாய் 5 கூலி என்றும் அதே நேரத்திற்குள் 10 பொருள்களுக்கு மேல் உற்பத்தி செய்தால் ஒவ்வொரு பொருளுக்கும் ரூ. 0·25 கூடுதலாகக் கிடைக்கும் என்றும் நிருணயித்திருப்பார்கள். ஒருவன் 14 பொருள்களை 8 மணி நேரத்தில் உற்பத்தி செய்கிருன் என்று வைத்துக் கொள்வோம். அவன் 4 பொருள்கள் அதிகமாக உற்பத்தி செய்கிருன். எனவே, அவனுடைய கூலி 5 ரூபாய் மட்டுமின்றி அதிகமாக உற்பத்தி செய்த பொருள்களுக்கும் சேர்த்து மொத்தமாக ரூபாய் 6 பெறுவான்.

உண்மைக் கூலியும் பணக் கூலியும்
(Real wage and Money wage)

தொழிலாளியின் உழைப்பிற்காகக் கொடுக்கப்படும் பணத்தையே பணக் கூலி என்கிறோம். ஒரு தொழிலாளி தன் உழைப்பிற்கு மாருகப் பெறும் தேவைப் பொருள்கள், வசதிகள் இவற்றின் தொகையே உண்மைக் கூலியாகும். உண்மைக் கூலியென்பது பணக் கூலியின் பண்டங்கள், பணிகள் இவற்றை வாங்குவதற்கு உள்ள திறனைக் குறிக்கின்றது. உண்மைக் கூலிக்கும் பணக் கூலிக்குமிடையே ஒரு பெரிய வேறுபாடு உண்டு. பணக் கூலி உயருவதினுல் ஒருவனின் உண்மைக் கூலியும் உயரும் என்று சொல்ல முடியாது. எடுத்துக்காட்டாக ஒருவனுடைய பணக் கூலியில் ரூபாய் 10 அதிகமாகி இருக்கிறது என்று வைத்துக் கொள்வோம். பணக் கூலி உயரும்போது பண்டங்களின் விலை ரூபாய் 20-க்கு அதிகரித்ததெனில் அவருடைய ஊதியம் பண அளவில் அதிகரித்த போதிலும் உண்மைக் கூலி குறைந்துவிட்டது என்பது தெளிவு. உண்மைக் கூலி பலவகையான காரணிகளைப் பொறுத்து அமைகிறது.

பணத்தின் வாங்கும் சக்தியே (The purchasing power of money) உண்மைக் கூலியை நிருணயிக்கும் காரணிகளில் மிக முக்கியமானதொன்ருகும். பணத்தினுடைய வாங்கும் சக்தி அப்பணத்தின் மதிப்பைப் பொறுத்து அமையும். பணத்தின் மதிப்புப் பொருள்களின் விலைக்கேற்ப மாறும். பொருள்களின் விலை அதிகமாகும்போது பணத்தின் மதிப்புக் குறைகிறது. எனவே, வாங்கும் சக்தியும் குறைந்துவிடுகிறது. பொருள்களின் விலை குறையும்போது பணத்தின் மதிப்பு அதிக

மாகி அதன் வாங்கும் சக்தியும் அதிகரிக்கிறது. 1945ஆம் ஆண்டு ரூபாய் 10-க்கு இருந்த மதிப்பு 1975 ஆம் ஆண்டில் மிகவும் குறைந்தே காணப்படுகின்றன. ஆகவே, இன்றைய நிலையைவிடப் பணத்தின் வாங்கும் சக்தி 1945 ஆம் ஆண்டில் மிகுதியாக இருந்தது என்பதை யாவரும் ஒத்துக் கொள்வோம். ஏனெனில், 1945 ஆம் ஆண்டைவிடத் தற்போது பொருள்களின் விலை அதிகரித்துள்ளதை நாமறிவோம்.

சில நிறுவனங்கள் பணக் கூலியுடன் சில நன்மைகளையும் தொழிலாளிகளுக்குக் கொடுத்து உதவுகின்றன. மருத்துவ வசதி, இலவசமான வீடுகள் (Rent Free Accommodation) இலவ்வச உணவு, உடை போன்ற பிற நன்மைகளையும் பணக் கூலித் தவிர சில தொழிலாளர்கள் பெறுகிறார்கள். இம்மாதிரியான துணை வருவாய் (Subsidiary earnings) உண்மைக் கூலியைப் பாதிக்கும். எடுத்துக்காட்டாகச் சமையல்காரனுக்குப் பணக் கூலி மட்டுமின்றி உணவு, உடை, தங்கும் இடவசதி போன்ற பிற நன்மைகளும் கிடைக்கின்றபடியால் அவனுடைய உண்மைக் கூலி அதிகமாகவேயிருக்கும்.

கால அளவும் (Working hours) உண்மைக் கூலியை நிருணயிக்கும் காரணிகளில் ஒன்றாக விளங்குகின்றது. ஒரேயளவு ஊதியம் பெறும் இரு தொழிலாளிகளுள் ஒருவர் பல மாதங்களாக வேலையின்றி இருப்பாரேயானால் அவருடைய உண்மைக் கூலி முந்தியவரைக் காட்டிலும் மிகவும் குறைவாகவே இருக்கும். வேலை நிலையான ஒருவரின் உண்மைக் கூலி நிரந்தரமற்ற மற்றொருவரின் கூலியைவிட அதிகமாகவே இருக்கும். நாள் தோறும் எத்தனை மணி நேரம் வேலை செய்ய வேண்டும். வாரத்தில் எத்தனை நாட்கள் வேலை செய்ய வேண்டும் போன்றவற்றையும் ஒட்டியே உண்மைக் கூலி அமையும்.

பணக் கூலியுடன் தவிர ஆசிரியர்களுக்கு ஓய்வு நேர போதனைகளின் (Tuitions) மூலமாகவும் மருத்துவர்களுக்குத் தனிப்பணிகளின் (private practice) மூலமாகவும் துணைவருவாய்க் கிடைப்பதுண்டு. எனவே, இத்துணை வருவாயும் உண்மைக் கூலியை உயர்த்துகின்றன. தொழில் நடத்துவதற்கு ஏற்படும் செலவையும் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

வேலையின் தன்மையைப் (Nature of work) பொருத்தும் உண்மைக் கூலி அமைகின்றது. சில வேலைகள் ஆபத்துத் தரக் கூடியதாய் இருக்கும். சில பணிகள் இன்பமுள்ளவையாகவும்

அமையும். எனவே, வேலைகளின் தன்மைக்கேற்ப உணவுக் கூலி மாறுபடுகின்றது.

நீண்டகாலத்தில் (In the long run) விரைவாக முன்னேறு வதற்கான வாய்ப்புகள் உள்ள வேலைகளில் முதலில் குறைந்த பணக் கூலி கிடைத்தாலும் ஒருவன் மகிழ்ச்சியோடு அப் பணியை ஏற்றுக் கொள்வான். தற்போது கூலி குறைவாக இருந்தாலும் பிற்காலத்தில் வருவாய் அதிகரிக்கும்.

கூலிகளின் வேறுபாடுகள்
(Differences in wages)

பணக் கூலி இடத்துக்கு இடம் ஆளுக்கு ஆள் வேலைக்கு வேலை மாறுபடுகிறது. அவ்வாறு மாறுபடுவதற்குக் காரணங்கள் பல உண்டு.

1. வாழ்க்கைச் செலவை (cost of living) அடிப்படை யாகக் கொண்டு கூலி மாறுபடுகிறது. ஒரே மாதிரியான வேலை யிலும் இடத்திற்கேற்பக் கூலி வித்தியாசப்படும். கிராமத்தில் ஒரு வேலைக்காகத் தொழிலாளி குறைந்த கூலியைப் பெறு கிறான். அதே வேலையைப் பட்டணத்தில் இருப்பவன் செய்து முடித்து அதிகமானக் கூலியைப் பெறுகிறான். அதிகமானக் கூலி பெறுவதற்குப் பட்டணத்தின் வாழ்க்கைச் செலவு அதிக மானதாகக் காணப்படுவதே காரணம். பட்டணத்தில் வாழும் தொழிலாளி வீட்டு வாடகைப் போக்குவரத்துப் போன்றவை களில் அதிகமாகப் பணம் செலவழிக்க வேண்டியவனாய் இருக் கிறான்.

2. மிகை நேரம் (over time) வேலை செய்வதினால் பணக் கூலி வேறுபடுகின்றது. மிகை நேரம் வேலை செய்யும் ஒருவனின் ஊதியம் மிகை நேரம் வேலை செய்யாத மற்றொருவனின் ஊதி யத்தைக் காட்டிலும் அதிகமாகவே காணப்படும்.

3. மொழிச் சிக்கல்கள், தட்பவெப்ப நிலை, பிறந்த இடப் பற்றுப் போன்ற காரணங்களினால் தொழிலாளி ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்குச் செல்வதில்லை. எனவே, தொழிலாளிகள் குறைவாகக் காணப்படும் இடங்களில் அவர்களின் ஊதியம் குறைவாகவும் காணப்படுகின்றன.

4. காலக் கூலியில் எல்லாத் தொழிலாளிகளும் (குறிப்பிட்ட உற்பத்தியில்) ஒரேயளவு கூலியே பெறுகின்றனர். ஆனால்,

வேலைக் கூலியில் (piece wage) ஒவ்வொரு தொழிலாளியும் அவனவன் திறமைக்கு ஏற்றபடிப் பொருளை உற்பத்தி செய்து கூலி பெறுகிறான்.

சில தொழில்களில் தொழிலாளிகளின் அளிப்புத் தேவையை விட அதிகமாக இருப்பதினால் குறைவான ஊதியத்தையே பெறுகிறார்கள். தொழிலாளிகளின் அளிப்புத் தேவையைவிடக் குறையும்போது அதிகமான ஊதியம் பெறுவார்கள். எனவே, அளிப்புக்கும் தேவைக்கும் ஏற்றபடி கூலி வேறுபடுகிறது.

வேலையின் நன்மையைப் பொறுத்தும் கூலி நிருணயிக்கப் படுகின்றது. ஆபத்து அதிகமுள்ள தொழிலுக்குக் கூலி அதிகமாகவும் எளிதான தொழில் செய்வோர்க்குக் கூலி குறைவாகவும் நிருணயிக்கப்படுகின்றன.

சக்தி வாய்ந்த தொழிலாளர்கள் சங்கம் (Trade Union) இருக்கின்ற நிறுவனங்களில் வேலை செய்யும் தொழிலாளர்கள் அதிகமான நிரந்தரமான கூலியைப் பெறுவார்கள்.

ஆண்களின் கூலியைவிடப் பெண்களின் கூலி மிகவும் குறைவாகவே இருக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாகக் கட்டிடங்கள் கட்டுவதற்குப் பணிபுரியும் கொத்தாட்களில் ஆண்களுக்கு அதிகக் கூலியும் பெண்களுக்கு ஆண்களைவிடக் குறைந்த கூலியும் கொடுப்பது வழக்கமாக உள்ளது.

நிறுவனங்களின் முன்னேற்றத்தைப் பொறுத்து ஊதியம் அதிகரிக்கின்றது. வளர்ச்சியடைந்த நிறுவனம் அதனுடைய வேலையாட்களுக்கு அதிகமான ஊதியத்தை அளித்துக் கொண்டு இருப்பதை நாம் பார்க்கலாம்.

கூலிக் கோட்பாடுகள்
(Theories of Wages)

தொழிலாளர்களுக்குக் கூலி எதற்காகக் கொடுக்கவேண்டும். அக்கூலியை எவ்வாறு நிருணயிக்க வேண்டும் என்பதைப் பற்றி மிகவும் தெளிவாகக் கூறுகின்றவைகளே இக் கூலிக் கோட்பாடுகள். இவைகளில் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவைகள் ஐந்து கோட்பாடுகளேயாகும். அவைகளாவன :

1. பராமரிப்புக் கோட்பாடு.
2. வாழ்க்கைத்தரக் கோட்பாடு.

3. கூலி நிதிக் கோட்பாடு.

4. மிச்ச உரிமையர் கோட்பாடு.

5. இறுதிநிலை ஆக்கத்திறன் கூலிக் கோட்பாடு.

இக்கோட்பாடுகளைப் பற்றி இனித் தெளிவாகத் தெரிந்து கொள்வோம்.

1. பராமரிப்புக் கோட்பாடு
(Subsistence theory of Wages)

இப் பராமரிப்புக் கோட்பாட்டை முதன் முதலாக உரு வாக்கியவர் பிரெஞ்சுப் பொருளியல் வல்லுநர்களான 'பிசியோ கிராட்ச்' (Physiocrates) அல்லது 'இயற்கை வாதிகள்' என்பவர்களே. பின்னால் லாசேல் (Lassalle) என்னும் ஜெர்மானி பொருளியல் வல்லுநர் இக்கோட்பாட்டை வளப்படுத்தி அதற்குக் 'கூலியின் இரும்பு விதி' (Iron Law of Wages) என்று பெயரிட்டார். தொன்மைப் பொருளாதாரிகளும் (Classical economists) இக்கோட்பாட்டை ஒத்துக் கொண்டார்கள்.

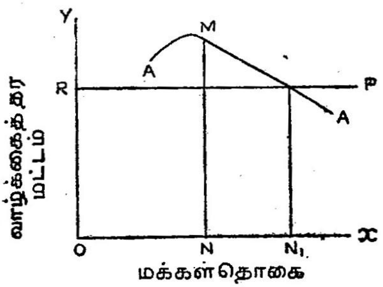
இக்கோட்பாட்டின்படி கூலியின் அளவு தொழிலாளியின் பராமரிப்பு மட்டத்திற்குச் சமமாக இருக்க வேண்டும். தொழி லாளியும், அவனுடைய குடும்பத்தினரும் உயிர் பிழைத்திருக்கத் தேவையான உணவு உடை உறையுள் போன்றவற்றை வாங்கு வதற்குத் தேவையான பணத் தொகையே பராமரிப்பு மட்டம் எனப்படும். கூலியானது பராமரிப்பு மட்டத்தைவிட அதிகரிக் கும்போது மக்கள் தொகை பெருகும். ஆகவே, வேலை வாய்ப்புக்குப் போட்டி ஏற்படும். அதனால் கூலியானது மறுபடி யும் பராமரிப்பு மட்டத்திற்குக் குறைந்துவிடும். கூலியானது பராமரிப்பு மட்டத்தைவிடக் குறையுமானால் பட்டினிச் சாவுகள் தொடர்ந்து, மக்கள் தொகையின் உழைப்பின் அளிப்புக் குறை யும். எனவே, கூலி மறுபடியும் பராமரிப்பு மட்டத்திற்கு அதிகரிக்கும். இதனால் பராமரிப்பு மட்டத்தில் மட்டுமே கூலி யானது நிலைபெறுயிருக்க முடியும். எனவே, குறுங்காலத்தில் கூலியானது பராமரிப்பு மட்டத்திலிருந்து விலகிச் சென்று கொண்டிருந்தாலும் நீண்ட காலத்தில் கூலியானது பராமரிப்பு மட்டத்திற்குச் சமமாகவே இயங்கத் தொடங்கும். எனவே, கூலியானது ஓர் இரும்புச் சட்டக் கூட்டினுள் அடைக்கப்பட்டுக் கிடப்பதால் இதற்குக் கூலி பற்றிய இரும்பு விதி எனப் பெயர் வழங்கப்பட்டது. ஏனெனில், நீண்ட காலத்தில் பராமரிப்பு

மட்டம் என்ற இரும்புக் கூட்டை விட்டுக் கூலியானது வெளியே (கூடவோ அல்லது குறையவோ) வரமுடியாது.

எடுகோள்கள்

1. கூலி கூடினுல் பிறப்பு வீதமும் அதனுல் மக்கள் தொகையும் அதிகரிக்கும். மக்கள் தொகை அதிகரிப்பதினுல் கூலிக் குறையத் தொடங்கும்.

2. நீண்ட காலத்தில் பராமரிப்பு மட்டத்திலேயே கூலிச் செயல்படும். பராமரிப்புக் கோட்பாட்டை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.



படம் 82

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சு மக்கள் தொகையையும் OY என்ற அச்சு வாழ்க்கைத் தர மட்டத்தையும் குறிக்கின்றன. AA என்ற கோடு வாழ்க்கைத் தரத்தைக் குறிக்கின்றது. ON அளவு மக்கள் இருக்கும்போது வாழ்க்கைத் தரம் MN என்ற உச்ச அளவில் இருக்கிறது. இந்த ON அளவு மக்களே உத்தம மக்கள் தொகையாகும்.

பராமரிப்புக் கூலியளவு RP என வைத்துக் கொள்வோமானுல் ON_1 அளவு மக்கள் இருக்கின்றபோது பராமரிப்புக் கூலியும் வாழ்க்கைத் தரமும் சமமாக இருக்கின்றன. மக்கள் தொகை ON_1 குறைவாக இருக்குமானுல் வாழ்க்கைத் தரம் (கூலி) அதிகமாகவே இருக்கும். இதனுல் மக்கள் தொகை அதிகரிக்க ஆரம்பிக்கும். மக்கள் தொகை ON_1 க்கு மேலே அதிகரிக்குமானுல் வாழ்க்கைத் தரம் (கூலி) குறையத் தொடங்கும். ஆகவே, பட்டினிச் சாவுகள் போன்றவைகளால் மக்கள் தொகை குறைந்து மறுபடியும் ON_1க்கு வந்து சேரும். எனவே, பராமரிப்புச் சட்டம் ஓர் அளவான வாழ்க்கையின் சமன்பாட்டைக் குறிக்கும் நிலையாகும் என்பது தெளிவு.

திறனாய்வு

1. கூலி உயரும்போது மக்கள் தொகையும் உயரும் என்ற எடுகோளினுல் இக்கோட்பாடு அமைந்துள்ளது. கூலி அதிகரிக்

கும்போது பிறப்புக்களின் எண்ணிக்கையும் பெருகும் என்ற கருத்தை எவரும் ஏற்றுக் கொள்வதில்லை.

2. கூலியானது பராமரிப்பு மட்டத்திலேயேதான் செயல்படும் என்பது இக்கோட்பாட்டின் இரண்டாவது எடுகோளாகும். ஆனால், தற்காலத்தில் தொழிலாளர் சங்கங்கள் (Trade Unions) கூலி மட்டத்தை முடிவு செய்வதில் பெரும்பணியை ஏற்றிருக்கின்றன. தொழிற்சங்கங்கள் எளிதாகக் கூலி மட்டத்தை மாற்றியமைக்கின்றன.

3. கூலியானது பராமரிப்பு மட்டத்தில் இருந்தால்போதும் என்று இக்கோட்பாடு கூறுகிறது. அதாவது பணத் தொகை உணவு, உடை, உறையுள் இவைகளுக்கு ஈடுகொடுக்கக் கூடியதாக இருந்தால்போதும் என்று வலியுறுத்துகின்றது. மனிதன் மிருகங்களைவிட மேலானவன். அவனுக்கு உணவு, உடை, உறையுள் மட்டுமின்றி நல்ல நிலையில் வாழ்க்கையை அனுபவிக்கும் (To enjoy some good things of life) அளவிற்கும் பணத் தொகை (கூலி) அதிகரிக்க வேண்டும்.

4. கூலியானது பராமரிப்பு மட்டத்திற்கு ஏற்ப அமைந்துள்ளது என்பதே இக்கோட்பாட்டின் கருத்தாகும். இக்கருத்துப்படி நாட்டில் உள்ள எல்லாத் தொழில் நிறுவனங்களிலும் ஒரேயளவு பணத்தொகை (கூலி) அளிக்க வேண்டும். நடைமுறையில் கூலி வேலையின் தன்மைக்கேற்ப மாறுபடுகின்றது.

5. மக்கள் தொகையின் அளிப்பை வைத்தே இங்குக் கூலி நிருணயிக்கப்படுகிறது. மக்களின் தேவையை இங்கே எடுத்துக் கொள்ளவில்லை. இது மிகவும் தவறாகும். ஏனெனில், விலையை (கூலியை) நிருணயிப்பதற்கு அளிப்பு மட்டுமின்றித் தேவையும் இன்றியமையாத ஒரு காரணியாகும்.

6. இக்கோட்பாடு கூலியின் ஏற்றத்தாழ்வினைப் பற்றிச் சிறிதும் விளக்கம் தெரிவிக்கவில்லை. எனவே, இக்கோட்பாட்டின் உதவி கொண்டு கூலி மட்டத்தில் ஏற்படும் ஏற்றத் தாழ்வுகளுக்கான காரணங்களை விளக்க முடியாது.

7. மக்கள் தொகையின் பிறப்பு அதிகரிப்பதால் கூலிக் குறைகிறது என்றும் மக்கள் தொகைக் குறையும்போது கூலி மறுபடியும் அதிகரிக்கிறது என்றும் இக்கோட்பாடு வலியுறுத்துகிறது. ஆனால், நடைமுறையில் உலகமெங்கும் மக்கள்

தொகை அதிகரித்துக் கொண்டு போகும்போது கூலியும் அதிகரித்து வருவதை வரலாறு தெளிவாகக் காட்டுகின்றது.

2. வாழ்க்கைத் தரக் கூலிக் கோட்பாடு

(Standard of living theory of Wages)

பராமரிப்புக் கூலிக் கோட்பாட்டில் சில மாறுதல்களை உருவாக்கித் திருத்தி அமைக்கப்பட்டதே இவ்வாழ்க்கைத் தரக் கூலிக் கோட்பாடு. பராமரிப்புக் கூலிக் கோட்பாட்டின்படி கூலியானது தொழிலாளியும் அவனது குடும்பமும் உயிருடனிருக்கத் தேவையான உணவு, உடை, உறையுள் போன்றவைகளை அடைவதற்குப் போதுமானதாக அமைய வேண்டும் என்று கூறுகின்றது. ஆனால், வாழ்க்கைத் தரக் கூலிக் கோட்பாட்டின்படி கூலியானது வெறும் உயிர் பேணுவதற்குப் போதுமானதாக மட்டுமின்றி நியாயமான அளவு வாழ்க்கைத் தரத்தைப் பேணுவதற்கும் போதுமானதாக இருக்கவேண்டும். வாழ்க்கைத் தரம் என்பது வாழ்க்கைக்குத் தேவையான இன்றியமையாத பொருள்களோடு கூட, மக்களுக்குப் பழக்கப்பட்டுப் போன தேவைகள்: ஓரளவு கல்வி, குறிப்பிட்ட அளவு வசதி பொருள்கள், ஆடம்பரப் பொருள்கள் ஆகியவற்றைப் பெறக் கூடிய ஒரு திறனைக் குறிக்கும்.

இக்கோட்பாடும் பராமரிப்புக் கோட்பாட்டைப் போல குறுங்காலத்தில் கூலி வாழ்க்கைத் தரச் செலவை விட்டு மாறுபட்டு அமைந்தாலும் நீண்ட காலத்தில் (In the long-run) கூலியானது வாழ்க்கைத் தரத்திற்குச் சமமாக அமையும் என்று விளக்குகின்றது. கூலி வாழ்க்கைத் தரச் செலவிற்கும் குறைவாக இருந்தால் பட்டினிச் சாவுகள் போன்ற காரணங்களினால் மக்கள் தொகை குறைந்து உழைப்பின் அளிப்பும் குறையும். எனவே, கூலி உயரத் தொடங்கும். மாறாகக் கூலி வாழ்க்கைத் தரச் செலவிற்கும் மேலே அதிகரிக்குமானால் மக்கள் தொகை அதிகரிப்பினால் உழைப்பின் அளிப்பு அதிகமாகும். எனவே, கூலி வாழ்க்கைத் தரச் செலவின் அளவிற்குக் குறையும். எனவே, குறுங்காலத்தில் கூலி வாழ்க்கைத் தரச் செலவிலிருந்து விலகிச் சென்று கொண்டிருந்தாலும் நீண்ட காலத்தில் கூலியானது வாழ்க்கைத் தரச் செலவிற்குச் சமமாகவே இருக்கும் என்று இக்கோட்பாடு கூறுகின்றது.

கூலியும் வாழ்க்கைத் தரமும்

கூலி வாழ்க்கைத் தரச் செலவைவிடக் குறைவாக இருக்கும் போது உழைப்பாளிகளின் கல்யாணம் போன்ற காரியங்களை

ஓத்திப் போடுகிருன். எனவே, மக்கள் தொகை குறைந்து உழைப்பின் அளிப்புக் குறைகிறது. ஆதலால், கூலி உயரத் தொடங்குகின்றது. எனவே, வாழ்க்கைத் தரம் மக்கள் தொகையைக் கட்டுப்படுத்துவதின் மூலம் கூலியைக் கூட்டு கின்றது.

உயர்ந்த வாழ்க்கைத் தரம் உழைப்பாளியின் திறனைக் கூட்டுகின்றது. உயர்ந்த வாழ்க்கைத் தரம் என்று சொல்லும் போது வசதியான பொருள்களும் சக்தி வாய்ந்த உணவுப் பொருள்களும் உழைப்பாளிக்குக் கிடைப்பதினுல் உழைப்பின் திறன் அதிகரிக்கின்றது. உழைப்பின் திறன் அதிகரிப்பதால் உற்பத்தி பெருகுகிறது. எனவே, வேலையளிப்போன் (Employer) அதிகமான கூலி அளிக்க முன்வருவான்.

வாழ்க்கைத் தரத்தை நிலைப்படுத்துவதற்குத் தேவையான பணத் தொகையைவிடக் கூலிக் குறைவாகக் கிடைக்குமே யானுல் உழைப்பாளிகள் எதிர்ப்புத் தெரிவிப்பார்கள். மக்கள் தொகையைக் குறைத்து உழைப்பின் அளிப்பைத் தாழ்த்தி வேலையளிப்போனைக் கூலியைக் கூட்டுவதற்கான ஏற்பாடுகளைச் செய்யச் சொல்வார்கள்.

திறனுய்வு

1. ஒரே தொழிலில் ஈடுபட்டிருக்கும் தொழிலாளர்களுக் கிடையிலேயே வாழ்க்கைத் தரம் வேறுபடுவதால் கூலியை வாழ்க்கைத் தரத்திற்கேற்ப நிருணயிப்பது எளிதன்று.

2. இக்கோட்பாடு வாழ்க்கைத் தரத்திற்கேற்றபடிதான் கூலி அமையவேண்டும் என்று கருத்துத் தெரிவிக்கிறதேயொழிய வேலையின் தன்மைக்கேற்றபடி கூலியளிப்பதாகக் கூறவில்லை.

3. இக்கோட்பாடு பராமரிப்புக் கோட்பாடு போலவே உழைப்பின் அளிப்பை மட்டும் எடுத்துக் கொண்டுள்ளது. உழைப்பின் தேவையைக் கருதவில்லை. கூலியை (விலையை) நிருணயிப்பதற்கு அளிப்பு மட்டுமின்றித் தேவையும் இன்றியமை யாத ஒன்ருகும்.

4. வாழ்க்கைத் தரமே கூலியை நிருணயிக்கிறது என்பது இக்கோட்பாட்டின் கருத்து. அப்படியாயின் ஒரே இடத்தில் வசிக்கும் பல தொழிலாளிகளுக்கு ஒரே அளவே கூலி கொடுக்க வேண்டும். ஆனுல், நடைமுறையில் கூலி வேலையின் தன்மைக் கேற்ப, ஆளுக்கு ஆள், இடத்திற்கு இடம் மாறுபடுகின்றன.

5. வாழ்க்கைத் தரத்தை ஒட்டியே கூலிச் செயல்படுகிறது என்பது இக்கோட்பாட்டின் கருத்து. ஆனால், வாழ்க்கைத் தரத்தைச் சரியாகக் கணக்கிட முடிவதில்லை.

6. வாழ்க்கைத் தரம் உயருவதால் உழைப்புத் திறன் உயருகிறது. அதனால் கூலியும் அதிகரிக்கிறது. எனவே, வாழ்க்கைத் தரம் உயரும்போது கூலியும் உயரலாம். அது போலவே கூலி உயரும்போது வாழ்க்கைத் தரமும் உயர்வடையும். எனவே, இவ்விரண்டில் எது எதனை முடிவு செய்கிறது என்று முடிவு செய்ய முடிவதில்லை.

மிச்ச உரிமையர் கோட்பாடு

(Residual claiment Theory)

ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்குத் தொழிலாளியின் உழைப்பு மட்டுமின்றி நிலம், மூலதனம், அமைப்புப் போன்ற பிற உற்பத்திக் காரணிகளும் தேவைப்படுகின்றன. இந்நான்கு உற்பத்திக் காரணிகளின் மூலமே ஒரு பொருள் உருவாக்கப் படுகிறது. எனவே, உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்களை விற்றுக் கிடைக்கின்ற வருமானத்தைப் பகிர்ந்து கொள்ள இந்நான்கு உற்பத்திக் காரணிகளுக்கும் உரிமையுண்டு. நிலக் கிழாருக்கு வாரமும், முதல் ஈந்தவருக்கு வட்டியும், அமைப் பாளருக்கு இலாபமும் உழைப்பாளிக்குக் கூலியும் கொடுக்க வேண்டும். வாக்கர் (Walkar) என்னும் அமெரிக்கப் பொரு ளியல் வல்லுநரின் கருத்துப்படி வாரம், வட்டி, இலாபம் போன்றவைகள் எல்லாம் இவ்வளவுதான் கொடுக்கப்பட வேண்டும் என்று விதிகளால் நிருணயிக்கப்படுகின்றன. ஆனால், கூலி மட்டும் சரியாக நிருணயிக்கப்படவில்லை. எனவே, மொத்த வருமானத்தில் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் கொடுத்ததுபோக எஞ்சி நிற்கும் மிச்சத்தைத் தொழிலாளி களுக்குக் கூலியாகக் கொடுத்துவிடலாம் என்கிறார்.

மிச்ச உரிமையர் போராட்டத்திற்கு அடிகோலியவர் அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுநர் வாக்கர் (Walkar) ஆவார். இக்கோட்பாட்டின்படி மொத்த வருவாயில் வாரம், இலாபம், வட்டி போன்ற ஊதியங்களைக் கொடுத்தபின் எஞ்சி நிற்கும் மிச்சமே கூலியாகும். இந்த மிச்சத்தையே உழைப்பாளிகள் பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும். (Labourers are entitled to the residue left over after the payment of other factors of production)

இக்கோட்பாட்டின்படி உற்பத்தி அதிகரிக்குமானால் ஒரு குறிப்பிட்ட ஊதியத்தை மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் கொடுத்துவிட்டு எஞ்சிய பெருந்தொகையை உழைப்பாளிகள் கூலியாக எடுத்துக் கொள்ளலாம். எனவே, எச்சத்தின் அளவு பொருள்களின் உற்பத்தியைப் பொறுத்தது. உழைப்பாளிகள் திறமையாக உழைத்து உற்பத்தியைப் பெருக்கினால் கூலி அதிகரிக்கும்.

திறனாய்வு

1. இக்கோட்பாடு உழைப்பின் அளிப்பைப் பற்றி எதுவும் கூறவில்லை. பிற காரணிகளின் மதிப்பைத் தேவையும், அளிப்பும் நிருணயிக்கும்போது கூலியையும் உழைப்பின் தேவை அளிப்பு இவைகளைக் கொண்டு ஏன் மதிப்பிடக்கூடாது என்ற கேள்வி உருவாகிறது.

2. எஞ்சிய மிச்சமே கூலி என்று இக்கோட்பாடு கூறுவதால் தொழிற்சங்கங்கள் கூலியை ஒரு நிலையிலிருந்து உயர்த்துவதற்கு முடிவதில்லை.

3. உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்களை விற்று வருகிற மொத்த வருமானத்தில் எல்லா உற்பத்திக் காரணிகளுக்கும் கொடுத்த ஊதியம் போக எஞ்சிய மிச்சமே கூலியாகும் என்கிறது இக்கோட்பாடு. ஆனால், பொருள்களை விற்பதற்கு முன்பே தொழிலாளிகளுக்குக் கூலியை முன் பணமாகத் தருவதே வழக்கத்தில் இருந்து வருகிறது.

4. நடைமுறையில் வாரம், வட்டி, கூலி போன்றவைகளைக் கொடுத்தது போக எஞ்சிய மிச்சத்தைப் பெறுபவன், தொழில் முயல்வோனே. எனவே, எஞ்சிய மிச்சம் இலாபமெனக் கருதப்படும்.

3. கூலி நிதிக் கோட்பாடு
(Wage Fund Theory)

கூலி நிதிக் கோட்பாட்டை உருவாக்கியவர் பொருளியல் வல்லுநர் மில் (J. S. Mill) ஆவார். (முதல், உழைப்பு ஆகியவற்றின் விகித அடிப்படையிலேயே கூலி அமைகிறது) என்பது இவருடைய கருத்தாகும். (Wages depend upon the proportion between population and Capital). உழைப்பு என்று கூறுவது மக்கள் தொகையைக் குறிக்காமல் மொத்தத் தொழிலாளர்

களின் எண்ணிக்கையைக் குறிக்கும். இதைப் போலவே முதல் என்பது 'சுழல் முதலை'க் (Circulating Capital) குறிக்கிறது. தெளிவாகக் கூறவேண்டுமானால் தொழிலாளிகளுக்குக் கூலியாகக் கொடுக்கப்படும் பணத் தொகையே இங்கு முதல் என்று சொல்லப்பட்டிருக்கிறது.

இக்கோட்பாடு உழைப்பின் தேவையையும் அளிப்பையும் எடுத்துரைத்துக் கூலியை நிருணயிக்கிறது. இக்கோட்பாட்டின்படி உழைப்பின் அளிப்புத் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையைக் குறிக்கின்றது. சுழல் முதலின் ஒரு பகுதியைக் கூலி கொடுப்பதற்காக ஒதுக்கி வைக்கின்றார்கள். இக்கோட்பாட்டின்படி ஒதுக்கி வைக்கப்பட்ட இக்கூலி நிதியே உழைப்பின் தேவையாக உருவெடுக்கின்றது.

இக்கோட்பாட்டின்படி கூலியை நிருணயிப்பது உழைப்பின் அளிப்பும், தேவையும் ஆகும். உழைப்பின் அளிப்புத் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையைக் குறிக்கும். உழைப்பின் தேவை கூலி நிதியைக் குறிக்கும். கூலி நிதித் தொகையை, உழைக்கும் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையால் வகுத்தால் கிடைக்கின்ற ஈவு சராசரிக் கூலியைக் குறிக்கும். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நாட்டில் இரண்டு கோடி ரூபாய் கூலி நிதியாக முதலிலிருந்து ஒதுக்கப்பட்டுள்ளது என்று வைத்துக் கொள்வோம். உழைக்கும் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கை ஐம்பது இலட்சம் என்றும் வைத்துக் கொள்வோம். கூலி நிதியைத் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையால் வகுத்தால் ரூபாய் 4 கிடைக்கும். இத்தொகையே (ரூபாய் 4) அத்தொழிலாளர்களின் சராசரிக் கூலியாகும்.

இக்கோட்பாட்டின்படி கூலியானது மாறுபட வேண்டுமெனில் கூலி நிதியில் மாற்றம் ஏற்படவேண்டும். அல்லது உழைப்பாளர்களின் எண்ணிக்கையில் மாறுதல் ஏற்படவேண்டும். குறுங்காலத்தில் கூலி நிதியில் மாற்றம் ஏற்படுவதற்கில்லை. கூலி நிதி என்பது முதலீட்டின் ஒரு பகுதியே. முதலீடு சேமிப்பால் உண்டானது. எனவே, கூலி நிதியை மாற்றியமைப்பது எளிதன்று. ஆதலால் கூலியில் மாறுபாடு ஏற்படுவது தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையைப் பொறுத்ததேயாகும். கூலி நிதி மாருமலிருந்து தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கை உயருமேயானல் கூலிக் குறையும். கூலி நிலை மாருமலிருந்து தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கைக் குறையும்போது கூலி அதிகரிக்கும்.

கூலி நிதி மாறா நிலையிலிருந்து கூலி வீதம் உயர்த்தப் பட்டால் தொழிலாளர்களுக்கு வேலையின்மை ஏற்படலாம். எடுத்துக்காட்டாகக் கூலி நிதி ரூபாய் 10,000 என்று வைத்துக் கொள்வோம். உழைப்பாளர்களின் எண்ணிக்கை 5,000 ஆக இருந்தால் சராசரி கூலி ரூபாய் 2 பெறுவார்கள். மாறாக ரூபாய் 4 எனக் கூலி உயர்த்தப்படுமேயானால் (கூலி நிதி மாறாதிருந்து) தற்போது 2500 தொழிலாளர்களே கூலி பெற வாய்ப்பு இருக் கிறது. மற்றவர்களுக்குக் கூலிதர இயலாது போய்விடும்.

கூலி நிதி மாறாமலிருந்து, கூலி வீதம் அதிகரித்தால் தொழில் முயல்வோனின் இலாபத்தைப் பாதிக்கும். தொழில் முயல் வோனின் இலாபம் என்பது உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் கொடுக்கவேண்டிய ஊதியத்தைக் கொடுத்தது போக எஞ்சி நிற்கும் எச்சமே. கூலி வீதம் என்பது கூடுவதால் இலாபத்தின் அளவு குறைகிறது. இலாபம் குறைந்தால் முதல் தொழிலி லிருந்து வெளியேறிவிடக்கூடிய சூழ்நிலை உருவாகும். இதன் விளைவாக உழைப்பின் தேவை குறையவே கூலி பழைய நிலைக்குக் குறையும்.

எனவே, கூலியை உயர்த்துவதற்குச் சேமிப்பின் மூலம் கூலி நிதியை அதிகரிக்க வேண்டும். மேலும், தொழிலாளர் களின் அளிப்பைக் (எண்ணிக்கையை) குறைக்க வேண்டும். இவ்விரண்டு முறைகளினால் கூலியை உயர்த்த வேண்டும். இக் கோட்பாட்டின் கருத்துப்படி தொழிலாளர்களின் சங்கங்களினால் கூலியை உயர்த்த முடியாது என்பது தெளிவு.

குறைகள்

1. நடைமுறையில் பல்வேறு தொழில்களில் கூலியில் வேறுபாடுகள் காணப்படுகின்றன. இவ் வேறுபாடுகளுக்கு இக் கோட்பாடு விளக்கம் அளிக்கவில்லை.

2. கூலி அதிகரித்தால் இலாபம் குறையும் என்று இக் கோட்பாடு கூறுகிறது. தொழில் செழிப்பின் காரணமாகவும் உழைப்பின் திறன் காரணமாகவும் உற்பத்தி அதிகரிக்கும் போது இலாபமும் கூலி வீதமும் அதிகரிக்கின்றன.

3. உழைப்பாளிகளின் எண்ணிக்கை குறைந்தால்தான் கூலி வீதம் அதிகரிக்கும் என்று இக் கோட்பாடு கூறுகிறது. பொதுவாகத் திறமையுள்ள உழைப்பாளிகள் கூடுவதால் உற்பத்தி பெருகுகிறது. எனவே, இலாபமும் கூலி வீதமும் அதிகரிக்கும் வாய்ப்பு ஏற்படுகின்றது.

4. கூலியை உயர்த்தும்போது பல தொழிலாளிகளுக்குக் கூலிதர இயலாது போய்விடும் என்று இக்கோட்பாடு கூறுகிறது. நடைமுறையில் தொழிற் சங்கங்கள் குறிப்பிட்ட சில தொழில் நிறுவனங்களில் வேலை செய்யும் தொழிலாளர்களின் கூலியை உயர்த்துவதனால் இதர நிறுவனங்களின் தொழிலாளர்களுக்குக் கூலி குறைவதில்லை.

5. கூலியை நிருணயிப்பதற்குக் கூலி நிதி ஒரு கருவியாக அமைகிறது. ஆனால், கூலி நிதியை எப்படி நிருணயிப்பது, எப்படி மதிப்பிடுவது என்று இக் கோட்பாடு விளக்கவில்லை.

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாடு
(Marginal Productivity Theory of Wages)

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாட்டிற்கு அடிகோலியவர் பொருளியல் வல்லுநரான வில்லியம் பெட்டி ஆவார். அவரைத் தொடர்ந்து 19ஆம் நூற்றாண்டில் இங்கிலாந்து பொருளியல் வல்லுநரான விக்ஸ்டீடு (Wickstead), அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுநரான கிளார்க் (J P. Clerk) போன்றவர்களால் மேலும் தெளிவுபடுத்தப்பட்டது. உழைப்பின் இறுதி நிலை உற்பத்தித் திறனும், கூலியும் சமமாக இருக்கும் என்பது இக் கோட்பாட்டின் கருத்தாகும். (Wage tend to be equal to the marginal productivity of labour.) இக் கோட்பாடு பல எடுகோள்களின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது.

எடுகோள்கள்

1. வேலை நிறைவு நிலவுவதாகவும், எல்லாத் தொழிலாளர்களும் ஒரே அளவுள்ள கூலியைப் பெறுவதாகவும் எடுத்துக் கொள்ளப்படுகின்றது.

2. உற்பத்திக் காரணிகளின் அளிப்பு அங்காடிகளிலும் (Factor Market) உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்களை விற்பனை செய்யும் அங்காடிகளிலும் (Product Market) நிறைவுப் போட்டி நிலவுவதாகவே எடுத்துக் கொள்ளப்படுகிறது.

3. உற்பத்திக் காரணிகள் எளிதில் இடப்பெயர்ச்சி செய்யத் தக்கன என்று கருதப்படுகின்றன.

4. உழைப்பாளர்களின் உழைப்புத் திறனில், உழைப்பாளிகளிடையே யாதொரு வேறுபாடுமில்லை என்பது அடுத்த எடுகோளாகும்.

5. எல்லா உற்பத்திக் காரணிகளும் மாருதிருக்க உழைப்பு மட்டும் மாறுகின்றது என்பது ஓர் எடுகோள்.

6. உற்பத்தியில் ஒரு குறிப்பிட்ட நிலைக்குப்பின் குறைந்து செல் விளைவு விதி செயல்படும் என்று கருதப்படுகின்றது.

இக் கோட்பாட்டின்படி உழைப்பின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனும் கூலியும் சமமாக இருக்கும். பிற உற்பத்திக் காரணிகள் மாருதிருக்க உழைப்பின் அலகை மட்டும் அதிகரித்துக் கொண்டே செல்வோமாளுல் உற்பத்தி முதலில் அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும். ஒரு குறிப்பிட்ட நிலைக்குப் பின் உழைப்பின் அலகைக் கூட்டினாலும் இறுதிநிலை உற்பத்தி குறைந்து செல் விளைவு விதிப்படி குறையும். இவ்வாறு இறுதிநிலை உற்பத்தி குறைந்து வரும்போது ஓரிடத்தில் உழைப்பின் செலவும் (கூலி) இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயும் சமமாகிறது. இதனை ஓர் அட்டவணையின் மூலம் விளக்கலாம்.

உழைப்பின் அலகுகள்	மொத்த உற்பத்தி (நாற்காலிகள்)	இறுதிநிலை உற்பத்தி (நாற்காலிகள்)	நாற்காலிகளின் விலை	இறுதிநிலை வருவாய்
1	3	3	5	15
2	7	4	5	20
3	14	7	5	35
4	20	6	5	30
5	25	5	5	25
6	29	4	5	20

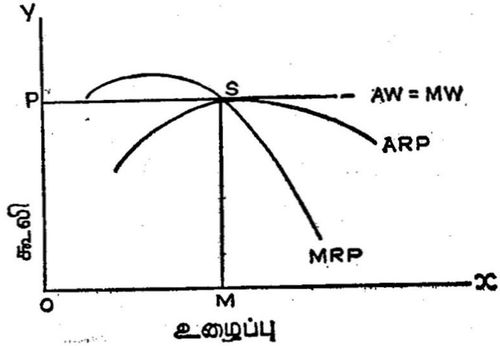
ஒரு தொழிலாளியின் ஒரு நாள் கூலி ரூ. 20 என்று வைத்துக் கொள்வோம். அவர் ஒரு நாளில் 3 பொருள்களைச் செய்கிருர். இரண்டாவது தொழிலாளியைச் சேர்ப்பதனுல் உற்பத்தி 7 ஆக அதிகரிக்கிறது. இவ்வாருகப் பிற உற்பத்திக் காரணிகள் மாருதிருக்கத் தொழிலாளர்களின் அலகுகளை மட்டும் அதிகரிக்கும் போது இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனும் அதிகரித்துக்கொண்டே செல்கிறது. ஆனுல், நான்காவது தொழிலாளியைச் சேர்ப்ப

தனுல் உற்பத்தித் திறன் குறைய ஆரம்பிக்கிறது. இந் நிலையில் தொழில் முயல்வோன் உற்பத்தியை நிறுத்துவதற்கில்லை. ஏனெனில், இந் நிலையில் அவன் உச்ச இலாபத்தை அடைய முடிவதில்லை. ஐந்தாவது தொழிலாளியைச் சேர்க்கும்போது அவருடைய இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயும் கூலியும் சமமாக இருக்கிறது. மேலும், உழைப்பின் அலகை அதிகப் படுத்தினுல் உழைப்பிற்குக் கொடுக்கும் கூலியைவிட வருவாய் குறைவாகவே கிடைக்கும். எனவே, தொழில் முயல்வோனுக்கு நட்டமே கிடைக்கும். ஆகையினுல், நிறைவுப் போட்டியில் இறுதிநிலை உழைப்பின் உற்பத்திப் பொருளின் வருவாயும் அந்த அலகை உழைப்பில் அமர்த்துவதால் கொடுக்கக்கூடிய கூலி யும் சமமாகின்றன. ஆயினும், மேலும் மேலும் உழைப்பு அதிகரிக்கப்படுவது இயற்கையே ஆகும். மேலே உள்ள அட்ட வணையில் ஐந்தாவது தொழிலாளியின் இறுதிநிலை உற்பத்தி வருவாயாகிய ரூபாய் 25 அவரை வேலைக்கு அமர்த்துவதனுல் கொடுக்கக் கூடிய கூலியாகிய ரூபாய் 25-க்குச் சமமாக இருக்கிறது. நிறைவுப் போட்டியாக இருப்பதனுல் எல்லோருக் கும் சமமாக ரூபாய் 25 கூலி கொடுக்கப்படுகிறது.

இக்கோட்பாட்டின்படி அங்காடியில் நிறைவுப் போட்டி காணப்படுவதால் கூலி வீதமும் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனும் சமமாகும் வரை தொழிலாளர்கள் அமர்த்தப்படுவார்கள். ஏனெனில், இந் நிலைவரையிலும் இறுதிநிலை உற்பத்தியினுல் தொழில் முயல்வோனுக்கு இலாபமே கிடைக்கிறது. இந் நிலையை விட்டு மேலும் தொழிலாளர்களை அமர்த்துவானே யானுல் கூலி வீதம் இறுதிநிலை உற்பத்தி வீதத்தைவிட அதிக மாகிவிடும். எனவே, நட்டமே ஏற்படும். ஆகவே, அந்நிலைக்கு மேல் தொழிலாளிகளை வேலையில் சேர்க்கமாட்டான். அதே சமயத்தில் உழைப்பு அங்காடியிலும் நிறைவுப் போட்டி நிலவு வதால் கூலியின் வீதமும் இறுதிநிலைச் செலவும் (கூலி) சமமாகவே இருக்கும்.

'தொழிலாளிகளின் எண்ணிக்கையை (உழைப்பை) மேலும் மேலும் அதிகரிக்கும்போது ஏனைய உற்பத்திக் காரணிகள் மாருதிருக்கின்றன', என்ற எடுகோளில் இக்கோட் பாடு அமைந்துள்ளது. ஆனுல், நீண்ட காலத்தில் தொழி லாளர்களின் கூலி இறுதிநிலை உற்பத்தி வருவாய்க்கு மட்டு மில்லாமல் சராசரி உற்பத்தி வருவாய்க்கும் சமமாக இருக்கும் என்பது தெளிவு.

நிறைவுப் போட்டியில் இறுதிநிலை உற்பத்தி வருவாயும் இறுதிநிலைக் கூலியும் சமமாக அமையும் என்பதை ஒரு வரைபடத்தின்மூலம் நாம் அறிந்துகொள்ள முடியும்.



படம் 83

நிறைவுப் போட்டியில் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகள் மாறாதிருக்க ஒரு தொழிலாளியைக் கூட்டுவதனால் அவனுக்குக் கொடுக்கப்படும் இறுதிநிலைக் கூலியானது (MW) அத் தொழிலாளியைக் கூட்டுவதனால் அதிகரிக்கக்கூடிய இறுதிநிலை உற்பத்தியின் (MRP) வருவாய்க்குச் சமமாக இருக்கும் நிலைவரையும் தொழிலாளிகள் வேலையில் சேர்த்துக் கொள்ளப்படுவார்கள். (The firm will employ units of labour upto the point where addition to total cost equals addition to total production when one more unit of labour is employed.) எனவே, நிறைவுப் போட்டியில் குறுங்காலத்தில் இறுதிநிலைக் கூலி (MW) இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாய்க்குச் (MRP) சமமாக இருக்கும். நிறைவுப் போட்டியில் உழைப்பின் கூலி நீண்ட காலத்தில் சராசரி இறுதிநிலை வருவாய்க்குச் (ARP) சமமாக இருக்கும். வரைபடத்தில் S என்ற புள்ளியில் உற்பத்தியின் வருவாயும் உழைப்பின் விலையும் சமமாகின்றன. எனவே, கூலி OP ஆகும். தொழில் முயல்வோன் OM தொழிலாளர்களையே வேலையில் சேர்த்துக் கொள்வான்.

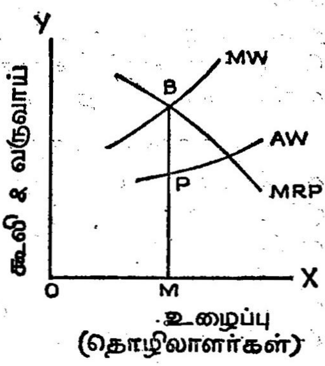
இருபதாம் நூற்றாண்டில் டாசிக் (Taussig) என்னும் பொருளியல் வல்லுநர் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாட்டில் ஒரு திருத்தம் செய்தார். உற்பத்தி முடிந்தவுடன் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்கள் விற்பனையாவதற்குச் சிறிது காலம் எடுக்கும். ஆனால், அவ்வுற்பத்திக்கான உழைப்பின் கூலியைப் பொருள்களை உற்பத்தி செய்து முடித்தவுடன் கொடுக்க வேண்

டியதிருக்கிறது. எனவே, தன் பணமாகத் தந்த தொகையை (உழைப்பின் கூலியை) அப் பொருள்களின் விற்பனைக்குப் பின்பே வேலையளிப்போன் பெற முடிகின்றது. இந்த இடைப் பட்ட காலத்தில் அவ் வேலையளிப்போன் அத் தொகைக்குரிய வட்டியை இழக்கிருன் என்பது தெளிவு. உண்மையில் அவன் இந்த நட்டத்தை ஈடு செய்யாமல் இருப்பதில்லை. இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பிலிருந்து அவ் வட்டியைக் கழித்துக் கொண்டு மீதியையே உழைப்பின் கூலியாகக் கொடுக்கிருன் என்கிருர் இப் பொருளியல் வல்லுநர். எனவே, இக் கோட் பாட்டிற்குக் கழிவு நீக்கிய உற்பத்தித் திறன் கோட்பாடு (Discounted Marginal Productivity Theory) என்று பெயர் தந்துள்ளார். இக் கோட்பாட்டை ஓர் எடுத்துக்காட்டின் மூலம் தெளிவாக அறிந்து கொள்ளலாம். ஒரு தொழிலாளி 50 பொருள்களை உற்பத்தி செய்கிருன் என வைத்துக் கொள் வோம். இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பு ரூபாய் 25 என்று எடுத்துக் கொள்வோம். இந்தப் பொருள்களை விற்பதற்கு இரண்டு மாதங்கள் ஆகும் என்றும் கொள்வோம். அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுநரான டாசிக்கின் கருத்துப்படி இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பாகிய ரூபாய் 25-லிருந்து வட்டியை (இரண்டு மாதத்திற்குரியது) கழிவு செய்ய வேண்டும். இப் போது ரூபாய் 24 மட்டுமே கூலியாகக் கொடுக்கப்படுகிறது என்ருல் வட்டி ரூபாய் 1 என்று கூறலாம். தெளிவாகச் சொல்ல வேண்டுமாளுல் பொருள்களின் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பு ரூபாய் 25. இத் தொகையையே கூலியாகத் தொழிலாளிக்குத் தர வேண்டும். ஆனல், இத் தொகையை வேலையளிப்போன் இரண்டு மாதங்கள் கழித்தே அப் பொருள்களை விற்பதன்மூலம் திரும்பப் பெற முடியும். எனவே, 25 ரூபாய்க்கு இரண்டு மாதத் திற்குரிய வட்டியாகிய ரூபாய் ஒன்றை அவன் இழக்க வேண்டி யுள்ளது. ஆனல், அவ்வாறு அவன் இழக்க விரும்பாமல் அவ் வட்டியை (ரூபாய் 1) இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பாகிய ரூபாய் 25-லிருந்து கழித்துக்கொண்டு எஞ்சிய ரூபாய் 24-ஐ மட்டுமே தொழிலாளனுக்குக் கூலியாகக் கொடுக்கிருன். ஆழ்ந்து சிந்தனை செய்வோமாளுல் இக் கோட்பாடு உழைப்பின் தேவையை மட்டும் எடுத்துக் கொள்கிறது. உழைப்பின் அளிப்பை ஒதுக்கிவிடுகிறது. மேலும், இது வாக்கரின் மிச்ச உரிமைக் கோட்பாட்டைப் போலவே அமைந்து இருக்கிறது. வாக்கரின் கோட்பாட்டில் மொத்த உற்பத்தியின் மதிப்பிலிருந்து வட்டி போன்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் ஊதியங்களைக் கழித் ததுபோக மிஞ்சிய எச்சமே கூலி என்கிருர் வாக்கர். அதேபோல இங்கேயும் டாசிக்கின் கருத்துப்படி இறுதிநிலை உற்பத்தியின்

மதிப்பிலிருந்து வட்டியைக் கழிவு செய்ய வேண்டும். எனவே, மிச்ச உரிமைக் கோட்பாட்டின் குறைகள் யாவுமே இதற்கும் பொருந்துவனவாக அமைந்துள்ளன.

நடைமுறையில் உழைப்பு அங்காடியை எடுத்துக் கொள்வோமானால் நிறைவுப் போட்டி காணப்படுவதில்லை. நிறைகுறைப் போட்டியே (Imperfect Competition) தொழிலாளர்களிடையே காணப்படுகிறது. கூலி வீதம் அதிகரிக்கும் போது தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கை அதிகமாகும். கூலியின் வீதம் குறைந்தால் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையும் குறைந்துவிடும். தெளிவாகக் கூறவேண்டுமானால் கூலி அதிகரிக்கும்போது அதிகமான தொழிலாளர்கள் வேலையில் சேருவார்கள். கூலி குறைந்த நிலையில் இருந்தால், குறைந்த அளவு தொழிலாளர்களே வேலையில் சேருவார்கள். எனவே, சராசரிக் கூலி இறுதிநிலைக் கூலியைவிடக் குறைவாகவே இருக்கும். வேலையளிப்போன் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் வருவாயும் இறுதிநிலைக் கூலியும் சமமாகும்வரை தொழிலாளிகளை வேலைக்குச் சேர்த்துக் கொள்வான். ஏனெனில், அந்நிலை வரையிலும் அவ் வேலையளிப்போனுக்கு இலாபம் கிட்டும். இதனை ஒரு வரை படத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சுத் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையைக் குறிக்கின்றது: OY என்ற அச்சுக் கூலியையும் உற்பத்தியின் மதிப்பையும் குறிக்கின்றது. MW என்ற வளைகோடு இறுதிநிலைக் கூலியையும் AW என்ற வளைகோடு சராசரிக் கூலியையும் குறிக்கின்றன. MRP என்ற மற்றொரு வளைகோடு இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனைக் குறிக்கின்றது. தொழிலாளர்களிடையே நிறை குறைப் போட்டி (Inperfect Competition) காணப்படுவதால் சராசரிக் கூலி இறுதிநிலைக் கூலியைவிடக் குறைவாக இருக்கிறது. ஆனால், வேலையளிப்போன் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பு இறுதிநிலைச் செலவிற்குச் (கூலி) சமமாகும் வரை தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரித்துக் கொண்டிருப்பான். வரைபடத்தில் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பும் இறுதிநிலைக் கூலியும் S என்ற இடத்தில் சமமாகிறது.



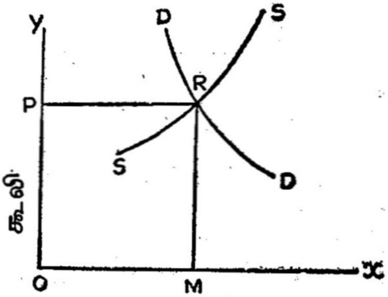
படம் 84

அதுவே, வேலையளிப்போனின் உச்சநிலை இலாபமாகும். எனவே, OM அளவுத் தொழிலாளர்களை வேலையில் அமர்த்து கிருன். அவர்கள் பெறும் கூலியின் அளவு MP ஆகும்.

நிறைவுப் போட்டியில் (Perfect Competition) ஒரு தனித் தொழிலாளியின் அளிப்புக் கோடு படுக்கைக் கோடாக இருக்கும். மேலும் சராசரிக் கூலியும் அதற்குச் சமமாகவே அமையும். ஏனெனில், ஒரே அளவு கூலிக் கொடுத்து எத்தனை தொழிலாளர்களை வேண்டுமானாலும் வேலைக்கு அமர்த்தலாம். நிறைவுப் போட்டியே இதற்குக் காரணமாகும். நிறைகுறைப் போட்டியில் (Imperfect Competition) ஒரு தனித் தொழிலாளியின் அளிப்புக் கோடு படுக்கைக் கோடாக அல்லாமல் மேல் நோக்கிச் செல்வதாய் அமைந்து இருக்கும். ஏனெனில், நிறைகுறைப் போட்டியில் கூலி அதிகமாகக் கொடுத்தால் அதிகமான தொழிலாளிகள் வேலைக்குச் சேர முன் வருவார்கள். குறைந்த அளவு கூலி கொடுத்தால் குறைந்த அளவு தொழிலாளர்களே வேலைக்கு வருவார்கள். எனவே, சராசரிக் கூலிக் கோட்டை விட இறுதிநிலைக் கூலிக் கோடு அதிகமாக மேல் நோக்கிச் செல்லும். இறுதிநிலைக் கூலியும் இறுதிநிலை உற்பத்தியும் சமமாகும் வரை தொழிலாளர்கள் வேலையில் சேர்த்துக் கொள்ளப்படுவார்கள். வரைபடத்தில் இவ்விரு கோடுகளும் S என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. எனவே, நிறைகுறைப் போட்டியில் OM தொழிலாளர்கள் MP சராசரிக் கூலியில் வேலையில் அமர்த்தப்படுவார்கள் என்பது தெளிவாகும்.

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாட்டில் சில மாறுதல்களைச் செய்து புதிய முறையில் திருமதி. ஜான் ராபின்சன் (Mrs. John Robinson) அவருடைய கருத்தைத் தெரிவித்துள்ளார். தொழிலாளர்களின் தேவையையும், தொழிலாளர்களின் அளிப்பையும் வைத்தே கூலி நிருணயிக்கப்படுகிறது என்கிருர் (wages are determined by demand for and supply of labour). தொழிலாளர்களின் தேவை அவர்களின் இறுதிநிலை உற்பத்தியைக் குறிக்கிறது. இந்நிலைக்கு மேலே கூலியை உயர்த்த முடியாது. உயர்த்துவோமாளுல் நட்டமே ஏற்படும். தொழிலாளிகளின் தேவை அவர்களின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனைக் கொண்டு அமைகிறது. தொழிலாளிகளின் அளிப்பை வாழ்க்கைத் தரம் (Standard of living) நிருணயிக்கிறது. தொழிலாளியின் வாழ்க்கைக்குத் தேவையான உணவு, உடை, உறையுள் போன்றவைகளை ஈடு செய்வதற்கு ஏற்றபடி கூலி கிடைக்காவிட்டால் தொழிலாளி உழைக்க முன்வரமாட்டான். எனவேதான், தொழிலாளர்களின் தேவை அவர்களின் இறுதி

நிலை உற்பத்தித் திறனைப் பொறுத்துள்ளது என்றும், தொழிலாளர்களின் அளிப்பு அவர்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தைப் பொறுத்துள்ளது என்றும் திருமதி ஜான் ராபின்சன் கூறுகின்ருர் (Demand for labour is governed by productivity of labourers. Supply of labour is governed by standard of living of labourers.) உழைப்பின் அளிப்பும் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனும் சமமாகும் புள்ளியே கூலி என்று நிருணயிக்கப்படுகிறது. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.



உழைப்பின் தேவையும் அளிப்பும்

படம் 85

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சு தொழிலாளர்களின் தேவை அளிப்பைக் குறிக்கிறது. OY என்ற அச்சு கூலியைக் குறிக்கின்றது. DD என்ற வளைகோடு தொழிலாளர்களின் தேவையைக் குறிக்கின்றது. SS என்ற வளைகோடு தொழிலாளர்களின் அளிப்பைக் குறிக்கின்றது. இவ் வளைகோடுகள் இரண்டும் R என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. எனவே, கூலி OP என்று நிருணயிக்கப்படுகிறது. அல்லது RM என்பது கூலி என்றும் கூறலாம். இந்தக் கூலி வீதத்தில் OM அளவு தொழிலாளர்களே வேலையில் சேர்த்துக்கொள்ளப்படுவார்கள்.

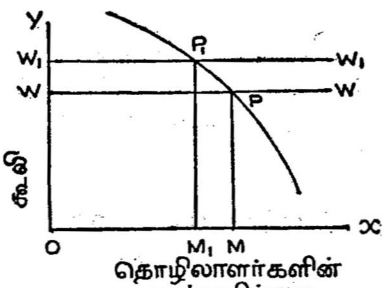
இறுதிநிலை உற்பத்திக் கோட்பாட்டின்படி திருமதி ஜான் ராபின்சனின் கருத்து மிகவும் வரவேற்கக் கூடியதாகவே அமைந்துள்ளது. ஏனெனில், இவருடைய கருத்து நிறைவுப் போட்டிக்கு மட்டுமின்றித் தொழிலாளர்களின் நிறைகுறைப் போட்டிக்கும் பொருந்துவதாக அமைந்துள்ளது. மேலும் தேவை, அளிப்பு இரண்டையும் இணைத்துக் கூலியை நிருணயிக்கின்றது.

குறைந்த அளவுக் கூலிகள்
(Minimum Wages)

தொழிற்சங்கங்கள் இல்லாத நிறுவனங்களிலும் தொழிற்சங்கங்கள் முழு வளர்ச்சியடையாத தொழில் நிறுவனங்களிலும் கூலி பேர முறைகள் (the process of wage bargaining) சரியாகச்

செயற்பட வாய்ப்புகள் அற்றுப் போய்விடுகின்றன. எனவே, வேலையளிப்போர் மிகவும் குறைந்த கூலியையே தொழிலாளர் களுக்குக் கொடுக்கின்ற ஒரு நிலைமை ஏற்பட்டுவிடுகின்றது. குறிப்பாக, 'மெய் வருத்தத்' தொழில்களில் (Sweated trades) மிகவும் குறைந்த கூலியையே வேலையளிப்போர் வழங்கிக் கொண்டு இருக்கிறார்கள். எனவே, அரசு ஒரு குறைந்த அளவு கூலியை நிருணயிக்க வேண்டிய நிலைமை ஏற்படலாயிற்று. குறைந்த அளவு கூலி என்பது தற்போது வேலையளிப்போனால் கொடுக்கப்படும் கூலியைவிட அதிகமாகவே இருக்கவேண்டும். அரசு நிருணயிக்கப் போகும் குறைந்த அளவுக் கூலியானது வேலையளிப்போன் தற்போது கொடுத்துக் கொண்டிருக்கும் கூலியைவிடக் குறைவாக இருக்குமேயானால் அக் குறைந்த அளவு கூலியினால் பயன் இல்லாது போகும்.

நிறைவுப் போட்டியில் அரசு தற்போது நிலவும் கூலி வீதத்தைவிட அதிகமாகவே குறைந்த அளவுக் கூலியை நிருணயிக்கிறது என்று வைத்துக் கொள்வோமானால் என்ன நடைபெறும் என்பதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் தெளிவாக விளக்கலாம்.

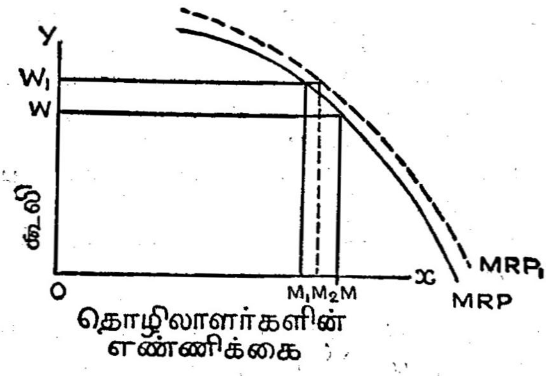


படம் 86

வரைபடத்தில் இறுதிநிலை உற்பத்தி மதிப்பும் இறுதி நிலைக் கூலியும் P என்னும் இடத்தில் சம்நிலை (Equilibrium) அடைவதால் OM தொழிலாளர்கள் OW அல்லது PM கூலியில் வேலையளிப்போனால் அமர்த்தப்படுவார்கள். அரசு குறைந்த அளவு கூலி என OW_1 கூலியை நிருணயிக்குமேயானால் தொழிலாளர் களின் எண்ணிக்கை OM அளவிலிருந்து OM_1 ஆகக் குறையும். எனவே, MM_1 அளவு தொழிலாளர்கள் வேலையிழக்க நேரிடுகிறது. எனவே, குறைந்த அளவு கூலி நிருணயிக்கும்போது வேலையில்லாத் திண்டாட்டம் ஏற்படும் என்று பலர் கருதுகிறார்கள். அவர்கள் நினைப்பும் ஒருவகையில் உண்மையே. ஆனால், அவ் வேலையின்மையைச் சிறிது குறைக்க வழியுண்டு.

முதலாவதாக உற்பத்திப் பொருள்களின் விலைகளை உயர்த்துவதனால் நுகர்வோர் (Consumers) இந்தக் குறைந்த அளவு

கூலியினுல் ஏற்படும் நட்டத்தை ஈடு செய்கிருர்கள். உற்பத்திப் பொருள்களின் விலே உயர்வதனுல் இறுதிநிலே உற்பத்தியின் மதிப்பும் அதிகரிக்கின்றது. இதை வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.



படம் 87

வேலேயளிப்போன் OW கூலி கொடுத்து OM தொழிலாளிகளே வேலேயில் சேர்த்துள்ளான். அரசு குறைந்த அளவுக் கூலியை OW_1 ஆக உயர்த்தும்போது OM_1 என்று தொழிலாளிகள் குறைக்கப்பட வேண்டும். தெளிவாகக் கூற வேண்டுமாஞல் MM_1 தொழிலாளர்கள் வேலேயிழக்க நேரிடும். ஆனல், உற்பத்திப் பொருள்களின் விலேயை உயர்த்துவதனுல் இறுதிநிலே உற்பத்தியின் மதிப்பு அதிகரிக்கிறது. எனவே, MM_2 தொழிலாளர்களே வேலேயிலிருந்து நீக்கப்படுவார்கள்.

இரண்டாவதாகக் குறைந்த அளவுக் கூலி அதிகரிப்பதனுல் தொழிலாளியின் திறமை அதிகரிக்கிறது. கூலி உயர்வதனுல் உணவு முறைகளேத் திருத்தி வாழ்க்கை வசதிகளேயும் பெருக்கிக் கொள்கிருன். எனவே, உழைப்பின் திறன் அதிகரிக்கிறது. உழைப்பின் திறன் அதிகரிப்பதனுல் இறுதிநிலே உற்பத்தியின் மதிப்பு (MRP) அதிகரிக்கிறது. எனவே, மிகக் குறைந்த திறமையற்ற தொழிலாளிகளே வேலேயிலிருந்து நீக்கப்படுவார்கள்.

குறைந்த அளவுக் கூலியை நிருணயிக்கும்போது தொழில் நிறுவனங்களின் கூலி தரும் ஆற்றலேயும் (Capacity of the Industry to pay) ஆராய வேண்டும். தொழிலின் கூலி தரும் ஆற்றலே, குறைந்த அளவுக் கூலி வீதத்தின் அளவாக இருக்குமேயாஞல் வேலேயில்லாத் திண்டாட்டத்திற்கு வழியின்றிப் போய்விடும்.

நடைமுறையில் குறைந்த அளவுக் கூலியை நிறுவுவதில் வாழ்க்கைக் கூலி (Living Wage) நேர்மையான கூலி (Fair Wage) போன்ற அடிப்படைக் கூலிகளை உபயோகப்படுத்தலாம் என்று ஆசிரியர்கள் கூறுகிறார்கள்.

மார்ஷல், பிகு போன்ற பொருளியல் வல்லுநர்கள் 'நேர்மையான கூலி'யையே (Fair Wage) குறைந்த அளவுக் கூலியாக எடுத்துக் கொள்ளலாம் என்கிறார்கள். மற்றப் பகுதிகளிலுள்ள ஒப்பான தொழில்களில் எந்த வீதம் நிலவுகின்றதோ, அந்த வீதத்தையே குறிப்பிட்ட பகுதியிலுள்ள தொழில்களுக்கும் நிருணயிப்பதையே நேர்மையான கூலி எனப் பொருளியல் வல்லுநர் பிகு கூறுகின்றார் (a wage rate is fair if it is equal to the rate prevailing in the same trade and in neighbourhood for similar work).

குறைந்த அளவுக் கூலியை 'வாழ்க்கைக் கூலி' (Living Wage) என்ற அடிப்படையில் நிருணயிக்கலாம் என்றும் சிலர் கூறுகின்றனர். இவர்கள் கருத்துப்படி வாழ்க்கைத் தரத்திற்கு ஏற்பாடு செய்யப் போதுமான கூலியே குறைந்த அளவுக் கூலியாகும். நீதிபதி ஹிக்கின்ஸ் (Justice Higgins) கருத்துப்படி, (1) உணவு, உடை, உறையுள் போன்ற இன்றியமையாத தேவைகளை ஈடு செய்யவும், (2) சமுதாயத்தில் வாழ்கின்ற மனிதனின் அடிப்படைத் தேவைகளையும், (3) துன்பத்தையும் நிவர்த்தி செய்வதற்காகவும், (4) உழைப்புத் திறமையை வளப்படுத்தவும் தேவைப்படும் பணத் தொகையே வாழ்க்கைக் கூலியாகும். நேர்மையான கூலிகளை ஆராய்வதற்கு நியமிக்கப்பட்டிருந்த குழு தனது அறிக்கையில் வாழ்க்கைக் கூலி என்பது ஒரு மனிதன் தனக்கும் தன் குடும்பத்திற்கும் தேவையான உணவு, உடை, உறையுள் போன்றவைகளை ஏற்பாடு செய்து கொள்வதற்கும், குழந்தைகளின் படிப்பிற்கும், சுகாதாரமாக (நோய் இன்றி) வாழ்வதற்கும், இயல்பான தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கும், எதிர்பாராத இன்னல்களைத் தாங்குவதற்கும் தேவையான பணத் தொகையாகும் என்று கூறுகின்றது. (The Committee on Fair Wages laid down that the living wage should enable the male earner, to provide for himself and his family not merely the basic essentials of food clothing and shelter but a measure of frugal comfort including, (1) education for the children, (2) protection against ill-health, (3) requirements of essential social needs, and (4) a measure of insurance against the more important misfortunes including old age.

நன்மைகள்

1. குறைந்த அளவுக் கூலி நிறுவுவதன் மூலம் தொழிலாளிகளுக்குக் கூலி உயர்கிறது. எனவே, அவர்களுடைய வாழ்க்கைத் தரமும் உயர்கிறது. வசதியான உணவு, வாழ்க்கை வசதிகள் போன்றவைகளைப் பெற்றுக்கொள்வதனுல் தொழிலாளர்களின் திறமை அதிகரிக்கின்றது. எனவே, மேலும் உற்பத்தியைப் பெருக்க வாய்ப்புகள் ஏற்படுகின்றன.

2. மெய்வருத்தத் தொழில் நிறுவனங்களில் (Sweated Industries) கூலி மிகவும் குறைவாகக் கொடுக்கப்படுவதைத் தடுத்து நியாயமான குறைந்த அளவுக் கூலியைத் தொழிலாளிகளுக்குக் கொடுக்க உதவுகிறது.

3. குறைந்த அளவுக் கூலியைக் கொடுக்க முடியாத நிலையிலிருக்கும் வேலையளிப்போருக்கு இது ஒரு முடிவு கட்டுகிறது.

4. உற்பத்தித் திறனுக்கு ஏற்றபடி தொழிலாளர்களுக்குக் கூலி கொடுக்க மறுக்கும் தொழில் நிறுவனங்களில் குறைந்த அளவுக் கூலி முறையைச் செயற்படுத்துவதன் மூலம் தொழிலாளிகள் உற்பத்தித் திறனுக்கேற்பக் கூலி பெற முடிகிறது. (Secure the wage corresponding to the productive capacity of the worker.)

5. வேலையளிப்போனுக்கும் பாதகமின்றித் தொழிலாளர்களுக்கும் சாதகமின்றி இக்குறைந்த அளவுக் கூலி நிருணயிக்கப்படுவதால் இவர்களுக்கிடையே சமாதானம் நிலவுகிறது.

தீமைகள்

1. குறைந்த அளவுக் கூலி என்பது தற்போது கொடுக்கப்படும் கூலியைவிட அதிகமாக இருப்பதினுல் அவ் வெச்சத் தொகையை வேலையளிப்போனின் இலாபத்திலிருந்தே ஈடு கட்ட வேண்டிய நிலைமை ஏற்படுகிறது. எனவே, வேலையளிப்போன் பாதிக்கப்படுகிருன்.

2. மேலே கூறியது போல, குறைந்த அளவுக் கூலியினுல் ஏற்படும் கூலிச் சுமையை நுகர்வோருக்குத் (கூலியை அதிகரிப்பதன் மூலம்) தள்ளிவிட முடியும். அவ்வாறு செய்யும் போது நுகர்வோரும் பாதிக்கப்படுகிருர்கள்.

3. குறைந்த அளவுக் கூலியைச் செயற்படுத்தும்போது பல தொழிலாளர்கள் வேலையிழக்க நேரிடும். இதனை நாம் மேலே வரைபடங்கள் மூலம் அறிந்துகொண்டோம். எனவே,

குறைந்த அளவுக் கூலியை நிறுவுவதன் மூலம் வேலையின்மை ஏற்படலாம்.

இந்தியாவும் குறைந்த அளவுக் கூலியும்

உழைப்பின் பேர ஆற்றல் குறைவாக இருப்பதனால் தொழில் அதிபர்கள் தொழிலுக்கேற்ற கூலியைக் கொடுக்க முன்வருவதில்லை. எனவே, குறைந்த அளவுக் கூலியைச் சட்டத்தின் மூலமாகச் செயலில் கொண்டுவர அரசு முடிவு எடுத்தது. அதன்படி இந்தியாவில் 'குறைந்த அளவுக் கூலிச் சட்டம்' 1948-ல் செயற்படத் தொடங்கியது (The minimum Wage Act of 1948). மெய்வருத்தத் தொழில் நிறுவனங்களில் (Sweated Industries) குறைந்த அளவுக் கூலியை நிருணயிப்பதே இச் சட்டத்தின் குறிக்கோளாக இருந்தது.

மெய்வருத்தத் தொழில் நிறுவனம் என்பது தொழிலாளியின் வியர்வை சிந்த வேலைவாங்கும் தொழில் நிறுவனங்களைக் குறிக்கும். தெளிவாகக் கூறவேண்டுமானால் தொழிலாளிகளின் கடின உழைப்பை எதிர்பார்த்திருக்கும் தொழில் நிறுவனங்களே மெய்வருத்தத் தொழில் நிறுவனங்கள் (Sweated Industries) எனப்படும். இங்கே உழைப்புக் கேற்ற கூலி கொடுக்கப்படுவதில்லை. எனவே, அரசு குறைந்த அளவுக் கூலியை இந் நிறுவனங்களில் நிருணயிக்க வேண்டிய நிலைமை ஏற்படலாயிற்று.

1948ஆம் ஆண்டில் செயலுக்கு வந்த 'குறைந்த அளவுக் கூலிச் சட்ட'த்தின்படி (1) அரிசி, மாவு, பருப்பு அரைக்கும் இயந்திரச் சாலைகள் (rice, flour or dal mills), (2) கம்பளி, ஜமக்காளம் அல்லது சால்வை நெய்யும் நிறுவனங்கள் (woollen, carpet making or shawl weaving establishments), பீடி போன்ற புகையிலைப் பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்கள் [tobacco (including beedi) manufactories], பண்ணைகள் (plantations), எண்ணெய்த் தொழிற்சாலைகள் (oil mills), சாலைகள் அமைத்தல், கட்டடங்கள் கட்டுதல், கல் உடைத்தல், கல் அரைத்தல், அரக்குத் தயாரித்தல், அபிரகம் (மைகா) வேலைகள் போன்ற தொழில்களை நடத்தும் நிறுவனங்கள் (employment under road construction or building operations, stone breaking or stone-crushing, lac manufactories, mica works) பொது உடைமை பேருந்து போக்கு வரத்துகள் (Public Motor Transport) தோல் பதனிடும் தொழிற்சாலைகள் (tanneries), தோல் சாமான்கள் உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்கள் (leather manufactories), வேளாண்மை (agriculture) போன்றவைகள் மெய்

வருத்தத் தொழில் நிறுவனங்கள் (Sweat Industries) என்று அழைக்கப்படும். இந் நிறுவனங்களில் குறைந்த அளவுக் கூலி களை மத்திய அல்லது மாநில அரசு நிருணயிக்க உரிமை உண்டு. மேலே கூறப்பட்ட நிறுவனங்களைத் தவிர அரசு வேறு எந்தத் தொழில் நிறுவனங்களையும் மெய்வருத்தத் தொழில் நிறுவனங் கள் என்று நிருணயிக்கவும் உரிமை உண்டு.

குறைந்த நேரக் கூலி வீதம், குறைந்த துண்டுக் கூலி வீதம் (minimum time rate, minimum piece rate), வேறுபட்ட தொழில் களின் மிகை நேரக் கூலி வீதம் (an overtime rate for different occupations) போன்றவைகளையும், வயது வந்தவர்கள், இளம் வயதினர்கள், குழந்தைகள், தொழிற் பயிற்சி பெறுபவர்கள் போன்றவர்களுக் கேற்றதான வேலைகளையும் இச் சட்டம் நிருணயிக்கின்றது.

தொழிற் சங்கங்களும் கூலியும்
(Trade Unions and Wages)

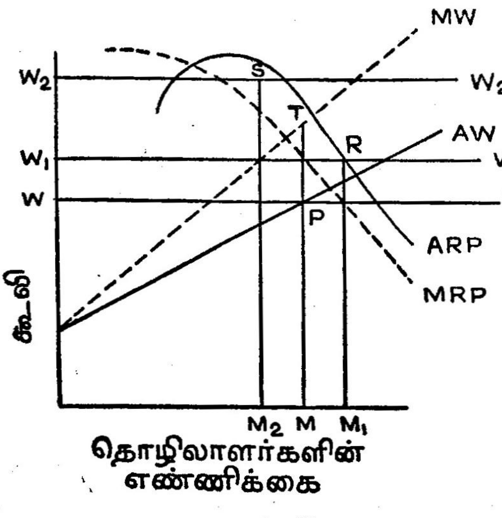
தங்களுடைய வேலை நிலையைப் பேணுவதற்காகவோ அல்லது வளப்படுத்துவதற்காகவோ தொழிலாளர்களே அமைத் துக் கொள்ளும் ஒரு தொடர்ந்த சங்கமே தொழிற்சங்கமாகும் எனப் பொருளியல் வல்லுநர் வெப்ஸ் (Webbs) கூறுகின்றார். (Trade Union is a continuous association of wage earners for the purpose of maintaining or improving the conditions of their employment.) தொழிலாளர்களுக்கு உயர்ந்த அளவு கூலியைப் பெற்றுக் கொடுப்பதற்கும், தொழிலாளர் களின் வேலை அமைப்பைச் சீராக்குவதற்கும் இத் தொழிற் சங்கங்கள் நிறுவப்படுகின்றன. இந் நோக்கங்களை நிறைவேற் றப் போராட்டங்களையும் மேற்கொள்கின்றன. இப் பணியைப் 'போராட்டப் பணி' (militant function) என்று கூறுவார்கள். மேலும், தொழிலாளர்களுக்குத் தேவையான மருத்துவமனைகள், கல்விக்கூடங்கள், விளையாட்டு அரங்குகள், பொழுதுபோக்குக் கூடங்கள் போன்றவைகளையும் அமைத்துத் தருகின்றன. வேலை யின்மைக் காலங்களிலும், நோயுற்று அவதிப்படும் காலங் களிலும் தொழிலாளர்களுக்கு உதவிபுரிகின்றன. இப் பணியைச் 'சகோதரத் தன்மையுள்ள பணி' (fraternal function) என்று கூறுவார்கள்.

தொழிற் சங்கங்களால் கூலியை உயர்த்த முடியாது என்பது தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்களின் கருத்து ஆகும். தற்போது கொடுக்கப்படும் கூலியை அதிகரித்தால், அவ்

வதிகரிப்பு வேலையளிப்போனின் இலாபத்தைப் பாதிக்கும். இலாபத்தைப் பாதிப்பதனால் வேலையளிப்போன் அத் தொழிலி லிருந்து மூலதனத்தைக் குறைக்க நேரிடும். முதல் குறை வதனால் உற்பத்தி குறையும். எனவே, தொழிலாளர்கள் பலர் வேலையிழக்க நேரிடும். எனவே, தொழிற் சங்கக் கூலியை உயர்த்தப் பாடுபடுவோமேயானால் முன் நிலைமையினும் பின் நிலைமை மோசமாகும் என்பது இவர்களின் கருத்தாகும்.

ஆனால், தற்காலப் பொருளியல் வல்லுநர்களும் தொழிற் சங்கத் தலைவர்களும், கூலியை மூன்று சந்தர்ப்பங்களில் தொழிற்சங்கங்களினால் உயர்த்த முடியும் என்று கருத்துத் தெரிவிக்கிறார்கள்.

முதலாவதாக ஒரு தொழில் நிறுவனம் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனும் இறுதிநிலைக் கூலியும் சமமாக அமையும் அளவில் தொழிலாளிகளுக்குக் கூலி கொடுக்கவேண்டும். அதற்கு மாறாகக் குறைந்த கூலி கொடுத்து வருமேயானால் தொழிற் சங்கங்களின் மூலம் கூலி மட்டத்தை இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனுக்குச் சமமாக அதிகரிக்கச் செய்ய முடியும். ஏனெனில், பொருள்



படம் 88

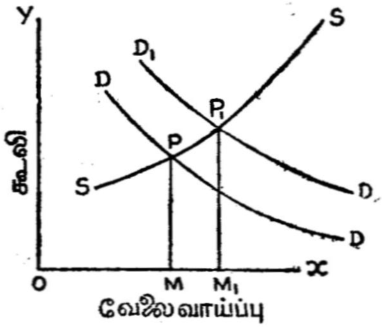
களின் விற்பனையிலும் உழைப்பின் அங்காடியிலும் நிறைகுறைப் போட்டியே நடைமுறையில் நிலவுகின்றன. இதனை ஒரு வரை படத்தின்மூலம் விளக்கலாம்.

உழைப்பு அங்காடியில் நிறை குறைப் போட்டி நிலவுவதால் இறுதிநிலைக் கூலியின் கோடும், சராசரிக் கூலியின் கோடும் மேல்நோக்கிச் செல்கின்றன. வரைபடத்தில் HW இறுதிநிலைக் கூலிக் கோட்டையும் AW கோடு சராசரிக் கூலியையும் குறிக்கின்றன. OY என்ற அச்சுக் கூலியையும், OX என்ற அச்சுத் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையையும் குறிக்கின்றன. இறுதி நிலை உற்பத்தித் திறனை MRP என்ற வளைகோடு காட்டுகின்றது. இறுதிநிலைக் கூலிக் கோடும், இறுதிநிலை உற்பத்திக் கோடும் T என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. இந்நிலையில் OM அளவு தொழிலாளர்கள் வேலையில் அமர்த்தப்படுவார்கள். ஆனால், நிறை குறைப் போட்டியின் காரணமாக PM அளவே கூலி (குறைவாகக்) கொடுக்கப்படுகிறது. தொழிற்சங்கங்களின் முயற்சியினால் கூலியை RM_1 எனக் கூட்டுவதாக எடுத்துக் கொள்வோமானால் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையும் OM_1 என அதிகரிக்கின்றது. இவ்வாறு இறுதிநிலை வருவாயும் இறுதி நிலைக் கூலியும் சமமாக (MRP=MW) இருக்கும் அளவுவரை தொழிற்சங்கங்கள் தொழிலாளிகளின் கூலியை உயர்த்த முடியும். அந்த அளவுக்கு மேலும் கூலியை உயர்த்த முயலுமேயானால் தொழிலாளர்கள் தங்கள் வேலையை இழக்க நேரிடும். மேலே வரைபடத்தில் SM_2 என்ற அளவுக்குக் கூலி உயர்த்தப் படுமேயானால் OM_2 அளவு தொழிலாளர்களே வேலையில் அமர்த்தப்படுவார்கள். எனவே, தொழிற்சங்கங்கள் இறுதிநிலை வருவாயும், இறுதிநிலைக் கூலியும் சமமாகும் வரையிலும் கூலியை அதிகரிக்க முயற்சி செய்யலாம்.

இரண்டாவதாகத் தொழிலாளிகளின் திறமையைப் பெருக்குவதன் மூலம் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் அதிகரிக்கும். எனவே, அதற்கு ஏற்றபடி கூலியும் அதிகரிக்க வழி செய்ய முடியும். தொழிற் பயிற்சிக் கூடங்கள் போன்றவைகளைத் தொழிற்சங்கங்களே நிறுவி தொழிலாளர்களின் திறமையை அதிகப்படுத்தலாம். நல்ல புதிய கருவிகளைத் தொழில் நிறுவனங்களில் அமைக்கக் கட்டாயப்படுத்தலாம். இவைகளின் மூலம் தொழிலாளிகளின் திறமையும் கூலியும் அதிகப்படுத்தப் படுவதற்கு வாய்ப்புகள் உண்டு. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் உதவியால் விளக்கலாம்.

உழைப்பின் அளிப்பும் தேவையும் P என்ற புள்ளியில் சமமாக இருப்பதனால் PM அளவு கூலி தொழிலாளிகளுக்குக் கொடுக்கப்பட்டு வந்தது. உழைப்பாளிகளின் திறமை அதிகரிப்பதனால் அவர்களுடைய உற்பத்தித் திறன் அதிகரிக்

கிறது. எனவே, தொழிலாளர்களின் தேவை அதிகமாகின்றது. எனவே, DD என்ற தேவைக் கோடு வலப்புறமாக இடம் மாறுகிறது. எனவே, உற்பத்தித் திறன் அதிகரிப்பதால் அவர்கள் P_1M_1 அளவு கூலியைப் பெற வாய்ப்பு ஏற்படுகிறது.



படம் 89

மூன்றுவதாக ஒரு குறிப்பிட்ட உழைப்பின் அளிப்பைக் கட்டுப்படுத்துவதின் மூலமாகவும் தொழிற்சங்கங்கள் தொழிலாளியின் கூலியை அதிகரிக்க வாய்ப்பு ஏற்படுகின்றது. (A Trade union can raise the wages of a particular group of workers by restricting the supply). இதற்கு ஏற்றபடி (1) உழைப்பின் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்க வேண்டும். அதாவது அத்தொழிலே இக்குறிப்பிட்ட தொழிலாளர்களைத் தவிர வேறு தொழிலாளர்களும் உற்பத்தி செய்ய முடியாதிருக்க வேண்டும்.

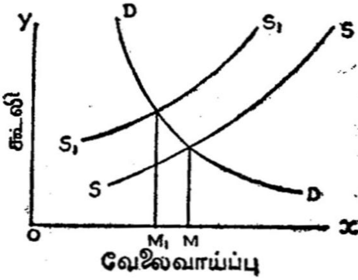
(2) இவர்கள் உற்பத்தி செய்யும் பொருள்கள் மக்களின் தேவைக்கு மிகவும் இன்றியமையாத ஒன்றாக இருக்கவேண்டும். அதாவது, உற்பத்திச் செய்யப்படும் பொருள்களின் தேவையும் நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்க வேண்டும்.

(3) இக்குறிப்பிட்ட தொழிலாளர்களுக்குக் கொடுக்கின்ற கூலி மொத்த உற்பத்திச் செலவில் சிறிய அளவாக இருக்க வேண்டும்.

(4) இக்குறிப்பிட்ட தொழிலாளர்களுக்குக் கூலியை உயர்த்த வேறு தொழிலாளர்களின் கூலியைக் குறைக்கவோ அல்லது மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் வருவாயைக் குறைக்கவோ வாய்ப்பு இருக்கவேண்டும்.

இவ்வாறாகத் தொழிலாளிகளின் எண்ணிக்கையைக் குறைப்பதாலும் தொழிற்சங்கங்கள் தொழிலாளர்களின் கூலியை அதிகரிக்கலாம். இதனையும் ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறிந்து கொள்ளலாம்.

உழைப்பின் தேவையும் அளிப்பும் P என்ற புள்ளியில் சமமாக இருப்பதனுல் PM என்ற அளவு கூலி கிடைத்தது. ஆனுல், தொழிற்சங்கங்கள் தேவையின் அளிப்பைக் கட்டுப்படுத்துவதனுல் உழைப்பின் அளிப்புக் கோடு இடப்புறமாக இடமாறி விடுகிறது. (S_1S_1) எனவே, தற்போது கூலி P_1M_1 என அதிகரித்துள்ளதை இவ்வரைபடம் தெளிவுபடுத்துகிறது.



படம் 90

வரையறைகள்

1. கூலி எவ்வளவு உயர்ந்தாலும் அதை ஈடு செய்கின்ற ஆற்றலைத் தொழில் நிறுவனங்கள் பெற்றிருக்க வேண்டும். தொழில் நிறுவனங்களின் ஆற்றலுக்குமேல் கூலியை நிருணயிப்பதனுல் வேலையின்மை உண்டாக நேரிடும்.

2. வேலையளிப்போன் இயந்திரங்களைக் கொண்டு உற்பத்தியை அதிகரிக்க முயற்சிகள் செய்ய இது வழி வகுக்கின்றது.

3. கூலியை ஒரு தொழில் நிறுவனத்தில் அதிகரிப்பதனுல் மற்றத் தொழில் நிறுவனங்களிலிருந்து இந்நிறுவனத்திற்குத் தொழிலாளிகள் வந்து சேர்வதற்கு வழி வகுக்கின்றது.

கூலியும் உற்பத்தித் திறனும்

பொருள்களில் பல வகைகள் இருப்பதுபோல தொழிலாளர்களிலும் பலவகையான, இயற்கையான, திறமையுள்ள, பட்டறிவு திறமையுள்ள தொழிலாளர்கள் பலர் இருக்கின்றனர். இதன் விளைவாகக் கூலியும் வெவ்வேறு வகையாயுள்ளது. தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் பலர் எல்லாத் தொழிலாளர்களும் ஒரே வகையைச் சேர்ந்தவர்கள் என்று கருதினர். எனவே, ஒரு தொழிலாளியின் கூலி என்பது அவனையும், அவனது குடும்பத்தையும் உயிருடன் பராமரிக்கத் தேவையான குறைந்த அளவு ஊதியமாகக் கருதப்படுகிறது. இத்தகைய கூலி மட்டத்தைப் பராமரிப்பு மட்டம் (Subsistence level) என்று கூறினுர்கள். இவர்கள் கருத்துப்படி பராமரிப்பு மட்டம் என்பது எல்லாத் தொழிலாளர்களுக்கும் பொதுவானதாகும். எனவே, தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்களின் கருத்துப்படி கூலியில்

வேறுபாடுகள் தோன்றக் காரணம் இல்லை என்பது தெளிவு. வேறு சில தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் கூலியானது அதற்கென ஒதுக்கி வைக்கப்பட்டிருக்கும் நிதியிலிருந்து கொடுக்கப்படுவதாகக் கருதினர். தொழில் முயல்வோர் தங்கள் தொழிலாளிகளுக்கு ஊதியமாகக் கொடுப்பதற்காகத் தங்கள் மூலதனத்தில் ஒரு பகுதியைக் 'கூலி நிதி'யாக ஒதுக்கி வைப்ப தாகக் கருதினர். இவர்களின் கருத்துப்படி இவ்வாறு ஒதுக்கி வைக்கப்பட்ட நிதியானது குறுகிய காலத்தில் மாறுது. எனவே, தொழிலாளர்கள் பெறக்கூடிய கூலி மட்டமானது தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையைப் பொறுத்தது. தொழி லாளர்கள் அதிகமாக வேலையில் அமர்த்தப்படுவார்களேயானுல் ஒவ்வொருவருக்கும் கொடுக்கப்படும் கூலி குறையும். மாருகக் குறைவாக வேலையில் அமர்த்தப்படுவார்களேயாளுல் ஒவ்வொரு வருக்கும் கூலி அதிகமாகத்தான் கிடைக்கும். ஆனுல், இவர்கள் கருத்துச் சரியானதன்று. ஏனெனில், எந்தவொரு தொழில் நிறுவனமும் தன்னிடம் வேலை பார்க்கும் தொழிலாளர் களுக்கு ஊதியம் கொடுப்பதற்காகக் கூலி நிதி என்று தனியாக ஒரு நிதியை ஒதுக்கி வைப்பதில்லை. இக்கூற்று நடைமுறைக்கு ஒவ்வாதது. எனவே, கூலியானது தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையைப் பொறுத்தது என்று கூறுவதைக் காட்டிலும் தொழிலாளர்களின் உற்பத்தித் திறனைப் பொறுத்தது என்று கூறுவதே மிகவும் பொருத்தமாகும்.

ஆகையால் தொழிலாளர்களின் உற்பத்தித் திறனே, அவனுடைய கூலியின் அளவை நிருணயிக்கிறது. எவ்வாறு பொருள்களின் விலையானது அப்பொருள்களின் இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவைப் பொறுத்து அமைகின்றதோ, அதே போன்று தொழிலாளிகளின் கூலியும் அவர்களின் உற்பத்தித் திறனுக்குச் சமமாக இருக்கும். எனவே, தொழிலாளியின் உற்பத்தித் திறன் கூலியை விட அதிகமாக இருக்கும்வரை தொழில் முயல்வோன் அல்லது வேலையளிப்போன் மேலும் மேலும் தொழிலாளிகளை வேலையில் சேர்ப்பான். ஆனுல், தொழிலாளியின் உற்பத்தித் திறன் கூலிக்குச் சமமாகும் நிலையில் வேலை கொடுப்பதை நிறுத்திவிடுவான். உண்மையில் இவ்வாறு ஒரு தனித் தொழிலாளியின் உற்பத்தித் திறனையோ அல்லது குறிப்பிட்ட சில தொழிலாளர்களின் உற்பத்தித் திறனையோ, தொழில் முயல்வோன் திட்டவட்டமாகக் கணக்கிடுவது முடியாத ஒரு செயலாகும். ஏனெனில், தொழில் நிறுவனங் களில் உற்பத்திக்காகக் கையாளப்படும் முறைகள் மாறிக் கொண்டே இருப்பதினுல் பொருளை உற்பத்தி செய்வதில்

தொழிலாளர்களின் பங்கும் மாறிக் கொண்டேயிருக்கும். எனவே, ஒரு தொழிலாளியின் உற்பத்தித் திறனைத் திட்டவட்டமாகக் கணக்கிட முடியாது. இருப்பினும் தொழில் முயல்வோன் தொழிலாளர்களின் உற்பத்தித் திறனுக்கேற்பவே கூலி கொடுக்க முன் வருகிறான்.

எனவே, நடைமுறையில் எல்லாத் தொழிலாளிகளும் ஒரே விதமாகக் கூலியைப் பெறுவதில்லை. தொழிலாளர்களின் உற்பத்தித் திறன் வேறுபட்டுக் காணப்படுவதினால் கூலியும் வேறுபட்டே அமைகின்றது. இதையே தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர் ஆடம்ஸ்மித் (Adamsmith) 'கூலியிலுள்ள வேறுபாட்டிற்குக் காரணம் தொழில்களில் ஏற்படும் வேறுபாடுகளே' என்று கூறினார். தொழில்கள் வேறுபட்டு அமைந்து இருப்பதால், வேலை செய்யும் தொழிலாளர்களுக்குக் கிடைக்கும் கூலியிலும் வேறுபாடு காணப்படுகிறது என்பது இவருடைய கருத்தாகும். இவர் கூலியில் வேறுபாடு காணப்படுவதற்கு ஓர் எடுத்துக் காட்டுத் தந்துள்ளார்.

கருமான் நிலக்கரிச் சுரங்கத்தில் வேலை செய்வோனைக் காட்டிலும் குறைவாகத்தான் சம்பாதிக்கிறான். ஏனெனில், நிலக்கரிச் சுரங்கத்தில் வேலை செய்வது ஆபத்து நிறைந்ததாக இருக்கிறது. தங்க வேலை செய்யும் தட்டானுக்கு அதிகக் கூலி கொடுக்க வேண்டியதிருக்கிறது. ஏனெனில், அத்தொழிலில் அதிக நம்பிக்கை வைக்க வேண்டியதுள்ளது. அதுபோன்றே மருத்துவருக்கு அதிகப் பணம் கொடுக்க வேண்டியதுள்ளது என்று தெளிவாக விளக்கியுள்ளார்.

பொதுவாகத் தொழிலாளியொருவன் தனது திறனை யோசித்து அதற்கேற்றபடி வேலையைத் தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்ளாவிட்டால் அவனுடைய திறமைக் கேற்றக் கூலி கிடைக்காதிருக்கலாம். எனவே, ஒவ்வொருவனும் தத்தம் திறனுக்கேற்றபடி தொழிலில் புகுந்துக் கொள்ள வேண்டும். தொழிலாளர்களின் திறமை பலவகைப்பட்டதாகும். எடுத்துக் காட்டாக, நடிகர், பாடகர், நாவலாசிரியர் போன்றவர்களுடைய தொழில் திறமை ஒரு வகைப்பட்டதாகும். மருத்துவர், பொறியாளர் போன்றவர்களுடைய தொழிலுக்கு வேறு விதமான ஒரு திறமை வேண்டியதிருக்கும். எனவே, தொழிலாளர்களின் திறமை பலவகைப்பட்டதாகும். அந்தந்தத் தொழிலுக்கேற்பக் கூலியும் மாறுபடுகின்றன. வெகுகாலமாக ஒரே தொழிலில் வேலை செய்து வரும் ஒருவனுக்கு அத்தொழிலில்

அனுபவம் ஏற்பட்டுவிடுவதினுல், புதிதாக அவ்வேலையில் சேரு வோரைக் காட்டிலும் அதிகமான ஊதியம் தரப்படுவதை நாம் அறிவோம். மேலும், அதிகத் திறமையில்லாத ஆனுல் அதிக மான கூலி தரக்கூடிய வேலைகளும் இருக்கின்றன. மேலும், அமெரிக்கா போன்ற நாட்டில் இயற்கைப் பொருள்கள் அதிக மாகக் காணப்படுவதால் தொழிலாளர்களின் கூலி அதிகமாகவே காணப்படுகின்றது. மாருக இந்தியா, சீனு போன்ற மக்கள் தொகை நிறைந்த நாடுகளில் இயற்கைப் பொருள்கள் மிகவும் குறைந்துக் காணப்படுவதால் கூலி குறைவாகத்தானிருக்கும்.

தொழில் உறவு (Industrial relation)

ஒவ்வொரு தொழில் நிறுவனத்திலும் வேலை கொடுப் போரும் தொழிலாளிகளும் நிறைந்து இருப்பதை நாம் அறி வோம். இவர்களை நாம் கத்தரிக்கோலில் காணப்படும் இரு கத்திகளுக்கு ஒப்பிடலாம். எவ்வாறு ஒரு காகிதத்தையோ அல்லது ஒரு துணியையோ வெட்டுவதற்குக் கத்தரிக்கோலின் இரு கத்திகளும் (Blades) தேவைப்படுகின்றனவோ அதே போன்று தொழில் நிறுவனம் செவ்வனே செயல்புரிவதற்கு வேலை கொடுப்போரும், தொழிலாளிகளும் மிகவும் அவசிய மாகும். இவ்விரு நபர்களுக்கிடையே ஒற்றுமை அல்லது உறவு இருந்தால்தான் உற்பத்தியைப் பெருக்க முடியும்.

நிறுவனங்கள் தொழிலாளர்களை நல்ல முறையில் செயல் படச் செய்வதற்குத் 'தொழில் ஒழுங்கு' (Industrial Discipline) என்ற ஒரு சாதனத்தைப் பயன்படுத்துகின்றனர். தொழில் ஒழுங்கை நிறுவனங்களில் புகுத்தியதன் நோக்கம் தொழிலாளர் கள் ஒழுங்குமுறைகளைத் தெரிந்துக் கொள்வதற்காகவேயன்றி ஒழுங்கை மீறினுல் அவர்களுக்குத் தண்டனைக் கொடுப்பதற்காக இல்லை என்பது இங்குக் குறிப்பிடத் தக்கதாகும்.

'தொழிலாளர்களின் நிலைமைகளைப் பாதுகாத்து, வளர்ச்சி யடையச் செய்வதற்காகக் கூலிக்காக வேலை செய்யும் தொழி லாளர்கள் ஒன்று சேர்ந்து உருவாக்கும் நிரந்தரமான சங்கமே' தொழில் சங்கம் என்று கூறப்படுகிறது. தொழிலாளர்கள் இவ் வாறு சங்கங்களை ஒவ்வொரு நிறுவனங்களிலும் தற்காலத்தில் ஏற்படுத்தியுள்ளனர். ஏனெனில், தற்காலத்தில் வேலை கொடுப்போருக்கும், தொழிலாளர்களுக்குமிடையே சச்சரவுகள் பல ஏற்படுகின்றன. தொழிலாளர்கள் நெற்றி வியர்வை நிலத் தில் விழ உழைக்க, வேலை கொடுப்போர் சீமான்களாகின்றனர்.

அதிகக் கூலிக்காகவும், வேலையைச் செவ்வனே செய்து முடிப்பதற்குச் சாதகமான நிலைமைகளைப் பெறுவதற்காகவும், தொழிலாளர்கள் ஒன்று சேர்ந்து தொழில் சங்கங்களை அமைக்கின்றனர். இத் தொழிலாளர் சங்கம் தொழிலாளர்களின் நிலைமைகளைப் பற்றி வேலை கொடுப்போரிடம் எடுத்து விளக்குவதற்காக ஒரு சில நபர்களை நியமிக்கின்றது. இவ்வாறு சங்கங்கள் இருப்பதினால் தொழிலாளர்களுக்குப் பாதுகாப்பும் நன்மைகள் பலவும் கிடைக்கின்றன. இத் தொழில் சங்கங்களின் நோக்கம் வேலை கொடுப்போரை எப்பொழுதும் எதிர்த்துச் செயல் புரிவது என்பதற்காக எடுத்துக் கொள்ளக் கூடாது. தொழிலாளர்களின் நலனைப் பாதுகாத்து வேலை கொடுப்போரையும், தொழிலாளர்களையும் ஒன்று சேர்த்துத் தொழில் உறவை வளப்படுத்துவதே இச் சங்கங்களின் நோக்கமாகும். இத் தொழில் சங்கங்கள் கூலியை உயர்த்துவதற்காகவும், தொழிலாளர்களின் வேலைக் கூலைகளைச் சீர்படுத்துவதற்குமட்டுமின்றி, முதியோருக்கும், வேலையற்றிருப்போருக்கும் உதவி செய்வது, நோயாளிகளுக்கும் வேலை செய்யத் திறன் இல்லாதிருப்போருக்கும் உதவி செய்வது, தொழிலாளர்களின் குழந்தைகள் படிப்பதற்கு வசதி செய்து கொடுப்பது, நோயாளிகள் சிகிச்சைப் பெற சிறு மருத்துவமனைகள் போன்ற பல உதவிகளுக்கும் இத் தொழிற்சங்கங்கள்தான் காரணம் என்று கூறலாம். 1926 ஆம் வருடத்திய 'தொழிலாளர் சங்கங்கள் சட்ட'த்தின் மூலமாக அரசு பதிவு செய்யப்பட்ட தொழிற் சங்கங்களைச் சட்ட ரீதியில் அனுமதித்தது. வேலை செய்யும் நேரங்களையும், வேலை செய்வதற்கான நிலைகளையும் சீர்செய்வதற்குப் பல சட்டங்கள் ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ளன.

வேலை கொடுப்போருக்கும், தொழிலாளிகளுக்கு'மிடையே நெருங்கிய தொடர்பு இருப்பதற்கும், அவர்கள் ஒன்ருகக் கூடி ஆலோசனை செய்து கொள்வதற்கும் ஏற்றதாக அமையும்படி ஒவ்வொரு தொழில் நிறுவனங்களிலும் 'தொழிற்சாலைக் கமிட்டி' அல்லது 'தொழிற்சாலைக் குழு' அமைக்கப்பட்டிருக்கின்றன. இந்திய அரசின் 1947 ஆம் வருடத்திய 'தொழில் சச்சரவு சட்டப்படி' நூறு அல்லது அதற்கு மேலான தொழிலாளர்கள் வேலையில் ஈடுபடுத்தப்பட்டிருக்கும் தொழில் நிறுவனங்கள், அங்கே உண்டாகக் கூடிய சச்சரவுகளைத் தடுக்க இத் தொழிற்சாலைக் குழு அமைக்கப்பட வேண்டும். இக் குழுவில் உள்ள மொத்த நபர்களில் 50 விழுக்காடு தொழிலாளர்களாகவும், 50 விழுக்காடு வேலை கொடுப்போருமாக இருப்பார்கள். தொழில் சச்சரவுச் சட்டப்படி தொழிற்சாலைகளில் ஏற்படும் சச்சரவுகளையும், சண்டைகளையும் தீர்க்க 'தொழில் கோர்ட்டு

கள்' அமைக்கப்படும். அக்கோர்ட்டின் முடிவைச் சண்டையோ சச்சரவோ செய்து கொள்ளும் இரு சாராரும் ஆறு மாத காலம் வரை ஒத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

வேலை கொடுப்போருக்கும், தொழிலாளிகளுக்குமிடையே குழப்பங்கள் வருவதின் அடிப்படைக் காரணமே தொழிலாளிகளுக்குக் கொடுக்கப்படும் ஊதியத்தினால் என்பது நன்கு விளங்கும். எனவே, ஒவ்வொரு தொழிலுக்கும் வெவ்வேறு குறைந்த பட்சக் கூலிகளை நியமிக்க வேண்டியுள்ளது. அவ்வாறு குறைந்த பட்சக் கூலிகளை நியமிக்கும்போது வேலையின் இயல்பையும், வாழ்க்கைத் தரத்தையும் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். சிறியவர்கள், வயதில் முதிர்ந்தவர்கள், வேலை செய்ய இயலாதவர்கள் போன்றோருக்கு வெவ்வேறு கூலிகள் நிருணயிக்கப்படலாம்.

தொழிலாளர்களின் கவனத்தை உற்பத்தியில் முழு அளவில் செயல்படுத்துவதற்கு 'இலாபத்தில் பங்கு' தொழிலாளிகளுக்குக் கொடுக்கலாம். இம் முறையினால் தொழிலாளர்கள் தாங்கள் எப்பொழுதும் பெறுகின்ற ஊதியத்தைத் தவிர, ஒவ்வொரு வருடமும் நிறுவனம் ஈட்டுகின்ற நிகர இலாபத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட விழுக்காடு தொழிலாளர்களுக்குக் கொடுக்கப்படும். ஆனால், நட்டம் ஏற்படுமேயானால் அவ்வருடத்தில் தொழிலாளர்கள் கூலிகள் மட்டுமே பெற்றுக் கொள்ள முடியும். இத்திட்டத்தினால் தொழிலாளர்களுக்கு ஒரு பொறுப்புணர்ச்சி ஏற்படும். இதனால் தொழில் உறவு உருவாகக் கூடும் என்பது தெளிவு. ஏனெனில், இலாபத்திலும் பங்கு பெறும் நோக்கத்துடன் தொழிலாளர்கள் தொழிலில் முழுக் கவனத்தையும் ஈடுபடுத்துவார்கள்.

'தொழிலாளர்களுக்கு நிருவாகத்தில் பங்கு தருவதின்' மூலமாகவும், தொழிலாளர்களின் கவனத்தை உற்பத்தியின் பக்கமாகத் திருப்பலாம். இம்முறையின்படி நிறுவனத்தின் பங்குகளை (Shares) தொழிலாளர்கள் வாங்குவதற்கு வசதியளிக்கப்படும். அவ்வாறு நிறுவனத்தின் பங்குகளைத் தொழிலாளர்களும் வாங்கிக் கொள்ளுவதின் நிமித்தம் அவர்களும் நிருவாகத்தில் பங்கு பெற உரிமையுண்டு. இவ்வாறு நிருவாகத்திலும், தொழிலாளர்களுக்கு உரிமை கொடுப்பதன் மூலமாகவும் தொழில் உறவை வளர்க்க முடியும்.

14. வட்டி
(Interest)

முதலின் பணிக்காகக் கொடுக்கப்படுகின்ற ஒரு விலையே வட்டி எனப்படும். ஒரு குறிப்பிட்டக் காலத்திற்குள் கடனாக வாங்கப்படும் முதலுக்காகக் கொடுக்கப்படும் ஊதியமே வட்டியாகும். இதனையே பேராசிரியர் மேயர்ஸ் (Prof. Meyers) கடன் தொகையை உபயோகிப்பதற்காகக் கொடுக்கப்படுகின்ற விலையே வட்டி என்கிருர். பொருளியல் வல்லுநர் விக்செல் (Wicksell) முதலினுடைய உற்பத்தித் திறனுக்காக அம்முதலை ஈந்தவருக்குக் கடன் வாங்கியவர் கொடுக்கும் பரிசே வட்டி எனப்படும் என்கிருர்.

குறுங்காலத் தேவைகளையும் (Short periods) நெடுங்காலத் தேவைகளையும் (long periods) பூர்த்தி செய்வதற்கு முதல் மிகவும் தேவைப்படுகிறது. கச்சாப் பொருள்களை வாங்குவதற்கும் தொழிலாளர்களுக்குக் கூலி கொடுப்பதற்கும் மேலும் அன்ருடம் ஏற்படக் கூடிய செலவுகளைச் சரிக்கட்டுவதற்கும் தொழில் நிறுவனங்களுக்குக் குறுங்காலத்தில் முதல் தேவைப்படுகின்றது. இக்குறுங்கால முதலைக் கொடுத்துதவும் நிதி நிலையங்களைப் (Financial Institutions) பண அங்காடி (Money Market) என்று கூறுவார்கள். இக் குறுங்கால முதலுக்காகச் செலுத்தப்படும் வட்டியைக் 'குறுங்கால வட்டி வீதம்' (Short term rate of Interest) என்று சொல்லுவார்கள். இயந்திரங்கள் வாங்குவதற்கும் கட்டடங்கள் வாங்குவதற்கும் தொழில் நிறுவனங்கள் வாங்குவதற்கும் விரிவுபடுத்துவதற்கும் சில நேரங்களில் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு முதல் தேவைப்படும். தொழில் நிறுவனங்களுக்கு மட்டுமின்றி வியாபாரிகளுக்கும் இது போன்ற நெடுங்கால முதல் நிதிகள் (Long-term capital funds) தேவைப்படும். இந்நெடுங்கால முதலைக் கொடுத்து உதவி வரும் நிதி நிலையங்களை முதல் அங்காடி (Capital Market) என அழைக்கின்ரேம். இம்முதலுக்காகச் செலுத்தப்படும் வட்டி 'நெடுங்கால வட்டி வீதம்' (long term rate of Interest) எனப்படும்.

பொருளியலில் வட்டியை 'மொத்த வட்டி (gross Interest) 'நிகர வட்டி' (Pure Interest) என இருவகைகளாகப் பிரித்திருக்கின்றனர். பொதுவாக நடைமுறையில் வட்டி என்ற சொல் மொத்த வட்டியையே குறிக்கின்றது. நிகர வட்டி என்பது மொத்த வட்டியில் ஒரு சிறு பகுதியாகும். மொத்த வட்டியில் தூய வட்டி, கடன் கொடுத்தவனின் நிருவாகத்திற்கான ஊதியம், ஆபத்திற்காக அமையும் காப்பீடு, சிரமத்திற்கானக் கட்டணம் போன்ற நான்கு கூறுபாடுகள் அடங்கியுள்ளன.

தூய வட்டி (Net or pure Interest) தூய வட்டி என்பது முதலின் உபயோகத்திற்காக மட்டும் செலுத்தப்படும் தொகையைக் குறிக்கும்.

நிருவாகத்திற்கான ஊதியம்: கடன் ஈந்தவன் கடன்காரனிடம் அலைந்து பணம் கேட்க வேண்டியதிருக்கிறது. எனவே, கடன் ஈந்தவன் இதற்கெனச் சில செலவுகள் செய்கின்றான். இந்தச் செலவுகளையும் மொத்த வட்டியுடன் சேர்க்க வேண்டிய நிலை ஏற்படுகின்றது.

ஆபத்திற்கென அமையும் காப்பீடு (Payment for Risk): கடன் வாங்கியவர் கடனைத் திருப்பித்தர முடியாத நிலை ஏற்படலாம். அல்லது கடன் வாங்கிய தொழில் நிறுவனங்கள் நட்டம் போன்றவைகளின் காரணமாகக் கடனைத் திருப்பித் தர முடியாத நிலை உண்டாகிவிடலாம். இவ்வாபத்துகளைக் கடன் கொடுத்தவன் ஏற்கவேண்டியதிருக்கும். ஆதலால், ஆபத்திற்கேற்பக் காப்பீட்டுத் தொகைபோல சிறிதளவு வட்டியும் வாங்கப் பெறுகின்றது.

சிரமத்திற்கானக் கட்டணம் (Payment for inconvenience): கடன் ஈவோன் பணத்தைக் கடனாகக் கொடுக்கும் போது அதன் மேல் உள்ள ஆதிக்கத்தையும் ஒரு குறிப்பிட்டக் காலத்திற்கு இழக்கிறான். இடைப்பட்டக் காலத்தில் கடன் ஈவோனுக்குப் பணம் தேவைப்பட்டால் அவன் கொடுத்த பணத்தைத் திரும்பிப் பெற முடியாது. இச்சிரமத்தையும் கடன் ஈவோன் ஒரு குறிப்பிட்டக் காலத்திற்கு ஏற்றுக்கொள்ள வேண்டியதிருப்பதால் சிறிதளவு கட்டணத்தை மொத்த வட்டியில் சேர்த்துக் கொள்கிறான்.

எனவே, மொத்த வட்டியில் மேலே கூறிய நான்கு கூறுகளும் அடங்கியுள்ளன. இவைகளில் தூய வட்டியை மட்டும்

எடுத்துக் கொள்வோமானுல் அதை நிகர வட்டி எனக் கூறலாம்.

வட்டியே சேமிப்புக்கு மூலகாரணமாகும். வட்டி இல்லை எனில் சேமிப்பு இருக்காது. ஒரு நாட்டின் மூலதனம் அந் நாட்டின் சேமிப்பையே பொறுத்துள்ளது. இதை நாம் ஏற்கனவே படித்திருக்கிறோம். எனவே, சேமிப்பு இல்லை யெனில் மூலதனம் இருக்காது. எனவே, பொருளாதார முன் னேற்றம் ஏற்பட முடியாது. எனவே, வட்டி ஒரு நாட்டின் மூலதனத்திற்கு அடிப்படையாக அமைகிறது. வட்டியின் வீதத்தைப் பொறுத்தே சேமிப்பு அமைகிறது. அதிக வட்டிக் கிடைக்குமானுல் மக்கள் அதிகமான தொகையைச் சேமிக்க முன் வருவார்கள். வட்டிக் குறைந்தால் சேமிக்கும் பழக்கமும் குறையும்.

வட்டியைப் பற்றிப் பலவகையான கோட்பாடுகள் விளக்கு கின்றன. வட்டிக் கோட்பாடுகளைப் பொதுவாக இருவகை களாகப் பிரிக்கலாம். வட்டி ஏன் கொடுக்கப்படுகிறது (Why interest is to be paid) என்பதை விளக்கும் கோட்பாடுகள் ஒரு வகையாகும். வட்டி எவ்வாறு நிருணயிக்கப்படுகிறது (How Interest rate gets determined) என்பதை விவரிக்கும் கோட் பாடுகள் இரண்டாவது வகையைச் சேர்ந்ததாகும்.

ஏன் வட்டி கொடுக்கப்படுகிறது என்பதைத் (1) துய்ப்புத் தவிர்ப்புக் கோட்பாடு (2) கால விருப்பக் கோட்பாடு (3) காலக் கழிவுக் கோட்பாடு (4) ஆக்கத் திறன் கோட்பாடு போன்றவை கள் விவரிக்கின்றன. இக்கோட்பாடுகள் வட்டி எவ்வாறு நிருண யிக்கப்படுகிறது என்று விவரிப்பதில்லை.

(1) தொன்மை வட்டிக் கோட்பாடு அல்லது சேமிப்பு முதலீட்டு வட்டிக் கோட்பாடு (2) புதிய தொன்மை வட்டிக் கோட்பாடு அல்லது கடன் நிதி வட்டிக் கோட்பாடு (3) கீன்சின் நீர்மை விருப்ப வட்டிக் கோட்பாடு போன்றவைகள் வட்டி ஏன் கொடுக்கப்படுகிறது என்பதை விவரிப்பதோடு மட்டுமின்றி வட்டி எவ்வாறு நிருணயிக்கப்படுகிறது என்பதையும் தெளிவாக விவரிக்கின்றன.

துய்ப்புத் தவிர்ப்புக் கோட்பாடு
(The Abstinence Theory of Interest)

19 ஆம் நூற்றுண்டின் தொடக்கத்தில் சீனியர் என்ற பொரு ளியல் வல்லுநரால் இக்கோட்பாடு உருவாக்கப்பட்டது.

மக்கள் தங்கள் வருமானம் முழுவதையும் நுகர்வில் செலவு செய்து விடுவார்களேயானுல் சேமிப்பு இருக்காது. எனவே, மூலதனமும் உருவாக்க முடியாது. மக்கள் தங்கள் வருமானத்திலிருந்து சேமிப்பதின் மூலமே மூலதனம் உருவாகின்றது. இவ்வாறு சேமிப்பதனுல் நிகழ்காலத்தில் சில பொருள்களை நுகராமல் விட்டுவிட வேண்டிய நிலை ஏற்படுகிறது. இத்துய்ப்புத் தவிர்ப்பே நாளடைவில் முதலாக உருவாகின்றது. இன்றைய பொருள்களின் நுகர்வை நுகராமல் விட்டுவிடுவதினுல் துன்பமும், சிரமங்களும், சில வசதிக் குறைவுகளும் கூட ஏற்படுகின்றன. இச்சிரமங்களை எல்லாம் கருதாமல் சேமிக்க ஓர் ஊக்கியாகப் பயன்படுவதே வட்டி என்று சீனியர் கூறுகின்ருர். எனவே, இவர் கருத்துப்படி மக்கள் தங்கள் வருமானத்தை முழுவதும் நுகர்வுக்காகச் செலவு செய்யாமல் வருமானத்தின் ஒரு பகுதியை விட்டுவைப்பதால் (Abstin) சேமிப்பு உருவாகி மூலதனமாக வெளிப்படுகிறது. இவ்வாறு வருமானத்தின் ஒரு பகுதியை விட்டுவைத்துப் பல துன்பங்களை ஈடு செய்வதால் அவர்களுக்குக் கிடைக்கும் ஒரு பரிசுத் தொகையே வட்டியாகும் (Interest is the reward for abstinence).

சேமிப்பதனுல் மக்கள் யாதொரு துன்பமும் அடைவதில்லை குறிப்பாகப் பணக்காரர்களின் சேமிப்புத் தானுகவே நிகழுகிறது என்று ஒரு சிலர் இத்துய்ப்புத் தவிர்ப்புக் கோட்பாட்டிற்கு எதிர்ப்புத் தெரிவித்தனர். எனவே, பொருளியல் வல்லுநர் மார்சல் (Marshall) துய்ப்புத் தவிர்ப்பு என்னும் சொல்லுக்குப் பதிலாகக் 'காத்திருத்தல்' (Waiting) என்ற சொல்லைப் பயன்படுத்தினுர். மார்சலுடைய கருத்துப்படி கடன் கொடுத்தவர்கள் கொடுத்த கடன் தொகையைத் திரும்பப் பெறக் காத்திருக்க வேண்டியிருக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக ஒருவன் ரூபாய் 100ஐ மற்ருெருவனுக்கு இரண்டு மாதத்திற்குக் கடனுகக் கொடுத்திருக்கிருன் என்று வைத்துக் கொள்வோம். இந்த இரு மாதத்திற்கு அக்கடன் தொகையைக் கடன் கொடுத்தவரினுல் பயன்படுத்த இயலாது. ஆகவே, கொடுத்த பணத்திற்காகக் கர்த்திருப்பதற்குக் கொடுக்கும் ஊதியம்தான் வட்டி என்கிருர். (Interest is the reward for waiting). எனவே, மார்சலின் கோட்பாட்டைக் 'காத்திருத்தல் கோட்பாடு' (Waiting Theory) எனலாம்.

குறைகள்

1. பொருளியல் வல்லுநர்களான சீனியரும் மார்சலும் மூலதனத்தின் அளிப்பை மட்டுமே செயற்படுத்துகின்றனர்.

மூலதனத்தின் தேவையைப் பற்றி இவர்கள் ஒன்றுமே விளக்க வில்லை.

2. சேமிப்புக் குறைவதனால் மூலதனம் பற்றாக்குறை ஏற்படுகிறது என்று இக்கோட்பாடு கூறுகின்றது. ஆனால், சேமித்த பணத்தை முதலீடு செய்யாததனால் பற்றாக்குறை ஏற்படும். எடுத்துக்காட்டாக ஒருவன் ரூ. 1000 சேமித்து ஒரு பானையில் போட்டுப் பூமியில் புதைத்து வைத்து விடுவானேயானால் அதன் விளைவாகவும் முதல் பற்றாக்குறை ஏற்படுகின்றது. இதனை இக் கோட்பாடு விளக்கவில்லை.

3. பணக்காரர்கள் பணத்தை மிக எளிதாகச் சேமிக்கிறார்கள். ஆனால், ஒரு சிலர் மிகவும் துன்பப்பட்டுப் பணத்தைச் சேமிக்கிறார்கள். துய்ப்புத் தவிர்ப்புக் கேற்றபடி வட்டி அமைய வேண்டுமெனில் துன்பப்பட்டுச் சேமித்தவனுக்கு அதிக வட்டி கொடுக்க வேண்டும். ஆனால், நடைமுறையில் வட்டிவீதத்தில் வேறுபாடு அமைவதில்லை.

4. இக்கோட்பாடு வட்டி ஏன் கொடுக்கப்படுகிறது என்பதை மட்டுமே விளக்குகிறது. எப்படி வட்டி நிருணயிக்கப் படுகிறது என்பதை விவரிக்கவில்லை.

காலக் கழிவுக் கோட்பாடு
(Agio Theory of Interest)

இக்கோட்பாட்டினைத் திறம்பட உருவாக்கியவர் ஆஸ்திரியப் பொருளியல் பள்ளியைச் சேர்ந்த போம் பாவர்க் என்னும் வல்லுநர் ஆவார் (Bohm Bawerk, who belongs to the Austrian School of economists). எதிர்காலத்தில் கிடைக்கக்கூடிய பொருள்களைவிடத் தற்காலத்தில் கிடைக்கின்ற பொருள்களையே மக்கள் அதிகம் விரும்புகின்றனர். எனவே, எதிர்காலத்தில் கிடைக்கும் பொருள்களைவிடத் தற்காலத்தில் கிடைக்கும் பொருள்களுக்கு மக்களிடத்தில் அதிக மதிப்புண்டு என்று கூறலாம். இவ்வதிகமான மதிப்பே வட்டி என்பது இவருடைய கருத்தாகும். தற்காலப் பொருள்களுக்கு மக்களிடத்தில் மதிப்பு அதிகம் உள்ளதற்குக் காரணம் முதலாவதாக எதிர்காலம் என்பது நிலையற்ற ஒன்றாகும். (Future is uncertain) எதிர்காலத்தில் என்ன நடக்கும் என்பதை மனிதனால் சரியாக அறிந்து கொள்ள முடியாது. ஆகவே, நிலையற்ற ஒன்றை விட்டு விட்டு நிலையுள்ள நிகழ்காலத்தை விரும்புகிறான். எனவே, மனிதன் தற்காலத்திலேயே தனக்குத் தேவையானப் பொருள்களை

வாங்கிச் சுகமடைகிருன். இரண்டாவதாக மனிதனுடைய நிகழ் காலத் தேவைகள் (wants) எதிர்காலத் தேவைகளைவிட அதிக மானதாகும். ஒருவனுல் தற்காலத் தேவையைப் பூர்த்தி செய்த பின்பே எதிர்காலத் தேவையைப் பூர்த்தி செய்ய முடியும். எனவே, எதிர்காலத் தேவைக்காகத் தற்காலத் தேவைகளை ஒத்திப் போடமாட்டான். மூன்ருவதாகத் தற்காலத்தில் பண்டங்கள் பற்ருக் குறையாக இருக்கலாம். அப்பற்ருக் குறையை எதிர்காலத்தில் அதிக உற்பத்தியின் மூலம் குறைத்து விட முடியும். எனவே, தற்காலப் பற்ருக் குறைப் பண்டங்களின் மீது மனிதனுக்கு அதிக விருப்பம் உண்டாகலாம்.

எனவே, மக்கள் எதிர்கால மன நிறைவைவிடத் தற்கால மன நிறைவையே பெரிதும் விரும்புகின்றனர். ஆகையால், மக்கள் தங்கள் வருமானத்தை முழுவதும் தற்காலத்திலேயே செலவிடுவார்கள். அதனுல் சேமிப்பும், மூலதனமும் உருவாக முடியாத நிலை ஏற்படும். ஆனுல், எதிர்கால மனநிறைவை விரும்புபவர்களாக மக்கள் இருப்பார்களேயானுல் எதிர்காலத் திற்கென்று தங்கள் வருமானத்தின் ஒரு பகுதியைச் சேமித்து வைப்பார்கள். அதனுல் மூலதனமும் ஏற்படும். ஆகவே, எதிர் கால மன நிறைவுடையவர்களாக மக்களை மாற்றுவதற்காகக் கொடுக்கப்படும் வெகுமதியே வட்டி ஆகும்.

3 கால விருப்புக் கோட்பாடு
(Time Preference Theory)

கால விருப்பக் கோட்பாட்டிற்கு விளக்கம் தந்தவர் பொருளியல் வல்லுநர் ஃபிஷர் (Fisher) ஆவார். இவர் கருத்துப் படி மக்கள் எதிர்காலத்தைவிட நிகழ்காலத்தையே மிகவும் விரும்புவார்கள் (people preper the present time to the future time) என்கிருர். பொருள்களை எதிர்காலத்தில் அனுபவிப்பதை விட நிகழ்காலத்தில் அனுபவிப்பதையே மனிதன் பெரிதும் விரும்புகிருன். நாளைக்காகப் பொறுமையோடு காத்திருப்ப தில்லை. எதிர்காலத் தேவையை நிறைவேற்றுவதைவிட நிகழ் காலத் தேவையைப் பூர்த்தி செய்வதே சிறந்தது என நினைக் கிருன் மனிதன். எதிர்காலத்தில் கிடைக்கப் போகும் பலாக் காயினும் நிகழ்காலத்தில் கிடைக்கும் களாக்காயே மேல், (A bord in the hand is worth two in the bush) என்று மனிதன் நினைப்பது இயல்பு. எனவே, மனிதனின் பொறுமையின்மையை ஈடுகட்டுவதே வட்டி என்று கூறுகின்ருர்.

கால விருப்பு ஒருவனின் வருமானத்தைப் பொறுத்து (Size of Income) அமைகின்றது. குறைவாக ஊதியம் பெறுபவனாக இருப்பானேயானால் அவனுக்கு நிகழ்கால விருப்பமே அதிகமாக அமையும். நிகழ்காலத் தேவையையே பூர்த்தி செய்ய வசதியில்லாதிருக்கும்போது எதிர்காலத்தைப் பற்றி அவன் சிந்தனைச் செய்யமாட்டான்.

கால விருப்புத் தொழிலின் நிலைமையையும் (Nature of employment) பொறுத்து அமையும். வேலை நிலையானதல்ல என்ற ஒரு நிலைமை இருக்குமானால் அவன் தன்னுடைய வருமானத்தின் ஒரு பகுதியை இப்போதே எதிர்காலத்திற்காகச் சேமித்து வைப்பான். எனவே, நிகழ்காலத்தைவிட எதிர்கால விருப்பம் அவனுக்கு அதிகமாக இருக்கிறது. எதிர்காலத்தில் அவன் அதிக வருமானம் ஈட்டும் ஒரு நிலையிருக்குமேயானால் நிகழ்காலம் அவனுக்கு மிகவும் விருப்பமுடையதாக அமையும். எதிர்காலத்தில் அதிக வருமானம் கிடைக்கும். எனவே, எதிர்காலத்தில் வேண்டிய பொருள்களைப் பெற்றுக் கொள்ளலாம். ஆகையால் நிகழ்காலம் அவனுக்கு விருப்பம் அதிகம் உள்ளதாக அமைகிறது.

ஒரு மனிதனின் பிறர் வாழ்க்கையில் உள்ள அக்கறை, தொலை நோக்குத் திறன், வாழ்நாள், எதிர்பார்ப்புப் போன்றவைகளும் காலத்தின் விருப்பை மாற்றி அமைக்கச் செய்கின்றன. பெற்றோர் தங்கள் பிள்ளைகளின் எதிர்கால வாழ்க்கையை நினைத்து எதிர்காலத்திற்கே முக்கியத்துவம் தருவார்கள். உயிர் வாழ்வோமா என்ற எண்ணம் உடையவனுக்கு நிகழ்காலமே முக்கியமாக அமையும்.

நிகழ்கால விருப்பம் ஒருவனுக்கு வட்டி வீதத்தைவிட அதிகமாக இருப்பதனால் அவன் கடன் வாங்குகிறான். அத்தொகையை வைத்து நிகழ்காலத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்கிறான். அவ்வாறு செயற்படும்போது அவனது நிகழ்கால விருப்பம் குறையத் தொடங்குகிறது. வட்டி வீதமும் நிகழ்கால விருப்பத்தின் அளவும் சமமாகும் நிலையில் அவன் கடன் வாங்குவதை நிறுத்துகிறான் என்று ஃபிஷர் கூறுகின்றார்.

இக்கோட்பாடும் மூலதனத்தின் அளிப்பை மட்டும் எடுத்துக் கொண்டு தேவையைச் செயல்படுத்தவில்லை. மேலும் வட்டி எப்படி நிருணயிக்கப்படுகிறது என்று விவரிக்கவில்லை.

ஆக்கத் திறன் கோட்பாடு
(Productivity theory)

இயற்கைப் பொருளியல் வல்லுநர்களும் (Physiocrats) லாடர்டேல் (Lauderdale) என்ற பொருளியல் வல்லுநரும் இந்த ஆக்கத் திறன் கோட்பாட்டை உருவாக்கினுர்கள். நிலம், உழைப்புப் போன்ற உற்பத்திக் காரணிகளைப் போலவே முதலும் உற்பத்திக்குப் பயன்படுத்தப்படுவதனுல் நிலம், உழைப்புப் போன்ற காரணிகளுக்குக் கொடுக்கப்படுகின்ற ஊதியம் போலவே முதலுக்கும் வட்டி என்ற ஊதியத்தைக் கொடுக்க வேண்டும் என்பது இவர்கள் கருத்தாகும். ஏனெனில், முதல் பொருள்களின் உற்பத்தியைப் பெருக்குகிறது. எப்படியெனில் முதலைக் கொண்டு புதிய இயந்திரக் கருவிகளை வாங்கி உற்பத்தியில் பயன்படுத்துவோமானுல் உற்பத்தி பன்மடங்குகளாகப் பெருக வழியுள்ளது. எனவே, உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்தப்படும் முதல் உற்பத்தியைப் பெருக்குவதால் அதற்கும் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் கொடுப்பது போன்று ஒரு குறிப்பிட்ட ஊதியத்தைக் கொடுப்பது சரியே ஆகும். மேலும் முதலைக் கடனுகப் பெற்றுத் தொழில் நிறுவனங்களை விரிவுபடுத்துவதன் மூலம் கடன் வாங்கியவர் அதிக இலாபத்தையே அடைவார். எனவே, அவ்வருமானத்தில் ஒரு பகுதியை முதல் ஈந்தவனுக்கு வட்டியாகக் கொடுப்பது சரியே யாகும்.

குறைகள்

(1) மூலதனத்தில் உற்பத்திப் பெருகுகின்றது உண்மையாகும். ஆனுல், அக்கூடுதல் உற்பத்தி உழைப்பு, முதல் ஆகிய இரு காரணிகளின் பங்காகும். எனவே, எவ்வளவு தூரம் முதல் உற்பத்தியை அதிகரிக்கிறது என்பதைச் சரியாகக் கணக்கிட முடிவதில்லை.

(2) முதல் உற்பத்தியைப் பெருக்குவதனுல் அவ்வருவாயில் ஒரு பகுதியைக் கடன் ஈந்தவனுக்கு (முதலைக் கொடுத்தவனுக்கு) வட்டியெனக் கொடுக்க வேண்டும் என்று இக்கோட்பாடு கூறுகின்றது. ஆனுல், சில சமயங்களில் நுகர்வுக்காகவும் கடன் வாங்குகிறேம். அதற்கும் வட்டி செலுத்த வேண்டும். இங்கே ஏன் நாம் வட்டி செலுத்த வேண்டும் என்பதை இக்கோட்பாடு விளக்கவில்லை.

(3) உற்பத்தித் திறனை அடிப்படையாகக் கொண்டதே வட்டி என்றுல் உற்பத்தித் திறனுக்கேற்ப வட்டி வீதம் வேறு

படுவதில்லை. நடைமுறையில் தூயவட்டி எல்லாத் துறை களிலும் சமமாகவே இருக்கின்றது.

(4) மற்றக் கோட்பாடுகளைப் போலவே இக்கோட்பாடும் வட்டி ஏன் கொடுக்கப்படுகிறது என்று விவரிக்கிறதேயொழிய வட்டி எவ்வாறு நிருணயிக்கப்படுகிறது என்பதனை விவரிக்க வில்லை.

(5) இக்கோட்பாடு முதலின் தேவையை மட்டும் எடுத்துக் கொண்டுள்ளது.

தொன்மை வட்டிக் கோட்பாடு அல்லது சேமிப்பு—முதலீட்டு வட்டிக் கோட்பாடு

(The Classical Theory of Interest or the saving—Investment Theory of Interest)

இக்கோட்பாடு வட்டி ஏன் கொடுக்கப்படுகிறது என்பதை மட்டுமின்றி வட்டி எவ்வாறு நிருணயிக்கப்படுகிறது என்பதை யும் விவரித்துள்ளது. இக்கோட்பாட்டைப் பிகு (Pigou), மார்ஷல் (Marshall), டாசிக் (Tausig), வால்ராஸ் (Walras), காசல் (Cassels), நைட் (Knight) போன்ற தொன்மைப் பொரு ளியல் வல்லுநர்கள் உருவாக்கியுள்ளனர். இக்கோட்பாட்டை 'வட்டியின் தேவை அளிப்புக் கோட்பாடு' (The Demand and Supply Theory of Interest) என்றும் கூறுவதுண்டு.

முதலை உற்பத்திக்குப் பயன்படுத்துவதற்காகக் கொடுக்கப் படும் ஒரு தொகையே வட்டி எனப்படும். எவ்வாறு பொருள் களின் விலையை அப்பொருள்களின் தேவை அளிப்பு இவைகளை நிருணயிக்கப்படுகின்றதோ, அதே போல முதலின் தேவையை யும், முதலின் அளிப்பையும் வைத்து இவ்வட்டி நிருணயிக்கப் படுகிறது என்று தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் கூறு கின்றனர். முதலுக்குரிய அளிப்பும் தேவையும் இணைகின்ற புள்ளியே வட்டி வீதம் என நிருணயிக்கப்படுகிறது.

முதலுக்குரிய தேவை முதலீட்டின் அடிப்படையிலும் முதலுக்குரிய அளிப்புச் சேமிப்பின் அடிப்படையிலும் தோன்று கின்றன. எனவே, நிறைவுப் போட்டியில் சேமிப்பும் முதலீடும் இணைகின்ற புள்ளியை வட்டி என நிருணயிக்கலாம்.

இக்கோட்பாட்டின்படி சேமிப்பு என்பது உண்மையான சேமிப்பைக் (Real-saving) குறிக்கும். அதாவது, நுகர்வுப்

பொருள்களை வாங்குவதற்காக அல்லாமல் உற்பத்திக்காகச் சேமிப்பதைக் குறிக்கும். இதைப் போலவே முதலீட்டை எடுத்துக் கொள்வோமானால் உண்மையான முதலீட்டைக் (Real-investment) குறிக்கும். அதாவது இயந்திரங்கள், தொழில் நிறுவனங்கள், பட்டறை (Workshop) போன்றவைகளில் முதலீடு செய்வதைக் குறிக்கும். எனவே, இத்தொன்மை வட்டிக் கோட்பாட்டை 'உண்மை வட்டிக் கோட்பாடு' (Real Theory of Interest) என்றும் அழைப்பதுண்டு.

முதலின் அளிப்பு: முதலின் அளிப்பு மக்களின் சேமிப்பையே சார்ந்தது. பொதுவாக ஒரு நாட்டின் சேமிப்பு அந்நாட்டு மக்களின் வருமானம், குடும்பப் பாசம், வாழ்க்கைத் தரம், போன்றவைகளைப் பொறுத்திருக்கும். இவைகள் எல்லாம் மாறாது இருக்கும் நிலையில் சேமிப்பு அதற்காகக் கொடுக்கப்படும் வட்டி வீதத்தைப் பொறுத்து உருவாகிறது எனலாம். மக்கள் தங்களுடைய வருமானத்தின் ஒரு பகுதியை விட்டு வைப்பதனால் (Abstinence) சேமிப்பு உருவாகின்றது. இவ்வாறு தங்களுடைய தற்கால வருமானத்தில் ஒரு பகுதியை விட்டுவைப்பதனால் (சேமிப்பதனால்) அந்த அளவுக்கு மக்கள் தங்கள் நுகர்வுப் பொருள்கள், வசதிகள் போன்றவைகளை விட்டுக் கொடுக்க வேண்டிய நிலை ஏற்படுகின்றது. இத்துன்பங்களையும் பொருட்படுத்தாது சேமிப்பதற்கு ஒரு தூண்டுகோலாக அமைவதே வட்டியாகும். வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்கும்போது மக்கள் அதிகமாகச் சேமிப்பார்கள். வட்டி வீதம் குறையும்போது மக்களின் சேமிப்பும் குறையும். இதனை ஓர் அட்டவணையின் மூலம் விளக்கலாம்.

சேமிப்பின் பருமம் (Valume of Savings)	வட்டி வீதம் (Rate of Interest)
ரூ. 5 கோடி	9 %
ரூ. 8 கோடி	11 %
ரூ. 11 கோடி	12 %

வட்டி வீதம் 9 % ஆக இருக்குமேயானால் சேமிப்பு ரூபாய் 5 கோடியாக இருக்கின்றது. வட்டி வீதம் 11 % ஆக உயரும் போது சேமிப்பும் ரூபாய் 8 கோடியாக அதிகரிக்கின்றது. அதே போல வட்டிவீதம் 12 % ஆக உயர்த்தப்படும்போது சேமிப்புத்

தொகையும் ரூபாய் 11 கோடியாக உயருகின்றது. எனவே, முதலின் அளிப்புக் கோடு இடமிருந்து வலமாகக் கீழிருந்து மேல் நோக்கிச் செல்லுகின்றது.

முதலின் தேவை: பொருளியல் வல்லுநர்களின் கருத்துப் படி முதலில் உற்பத்தித் திறன் இருப்பதனால் முதலின் தேவை உருவாகின்றது. முதலின் உற்பத்தித் திறன் எல்லாத் துறை களிலும் ஒரே அளவாக அமைவதில்லை. முதலின் அளிப்புக் குறைவாகவே இருப்பதனால் அதிக உற்பத்தித் திறனைக் கொடுக் கும் துறைகளில் மட்டும் முதலை அதிகமாகப் பயன்படுத்துவார் கள். ஒரு நிறுவனம் எவ்வளவு முதலைப் பயன்படுத்துகின்றது என்பது அங்காடியின் வட்டி வீதத்தையும், முதலின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனையும் பொறுத்துள்ளது. பொதுவாக முதலின் வட்டி வீதமும், முதலின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனும் இணை கின்ற புள்ளி வரையிலும் ஒரு நிறுவனம் முதலீடு செய்யும்.

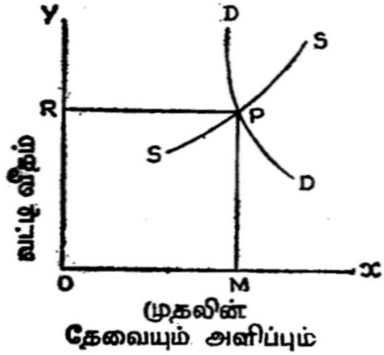
முதலீட்டின் தேவை வட்டியைப் பொறுத்து அமைந் துள்ளது. வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்குமேயானால் முதலின் தேவை குறைவாக இருக்கும். வட்டிவீதம் குறைவாக இருந் தால் முதலின் தேவை அதிகமாக இருக்கும். இதனை ஓர் அட்ட வணையின் மூலம் விளக்கலாம்.

முதலீட்டின் பருமம் (Volume of Investment)	வட்டி வீதம் (Rate of Interest)
ரூ. 15 கோடி	8 %
ரூ. 10 கோடி	10 %
ரூ. 6 கோடி	12 %

வட்டி வீதம் 8 % (குறைவாக) ஆக இருப்பதனால் முதலின் தேவை ரூ. 15 கோடியாக இருக்கின்றது. வட்டி வீதம் 10 % ஆக உயரும்போது முதலின் தேவை 10 கோடியாகக் குறைந்து விடுகிறது. இதிலிருந்து முதலின் தேவைக் கோடு இடமிருந்து வலமாக மேலிருந்து கீழ்நோக்கிச் சரிந்து செல்லுமென்பது தெளி வாகின்றது.

முதலின் தேவையும், முதலின் அளிப்பும் சமமாகின்ற அல்லது முதலீடும் சேமிப்பும் சமமாகின்ற நிலையில் வட்டி நிருண

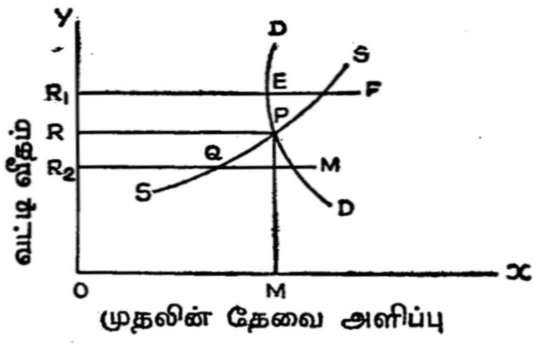
யிக்கப்படுகின்றது. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறிந்து கொள்ளலாம்.



படம் 91

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சு முதலின் தேவை அளிப்பையும் OY என்ற அச்சுக் கூலியையும் குறிக்கின்றன. DD என்ற வளைகோடு முதலின் தேவையையும் (முதலீட்டின் அளவையும்) SS என்ற வளைகோடு முதலின் அளிப்பையும் (சேமிப்பின் அளவையும்) குறிக்கின்றன. இவ் வளைகோடுகள் இரண்டும் P என்ற இடத்தில் சமமாகின்றன. எனவே, வட்டி OR என்று நிருணயிக்கப்படுகின்றது.

வட்டிவீதம் கூடும்போது சேமிப்பின் அளவு கூடும். ஆனால், முதலீட்டின் அளவு குறையும். வட்டி வீதம் குறையும்போது சேமிப்பின் அளவு குறையும். ஆனால், முதலீட்டின் அளவு கூடும் என்பதனையும் ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறிந்துக் கொள்ளலாம்.



படம் 92

வரைபடத்தில் சேமிப்பின் அளவும் (SS) முதலீட்டின் அளவும் (DD) P என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. எனவே, நிறைவுப் போட்டியில் OR என்ற வீதத்தில் வட்டி அமையும். வட்டி வீதம் OR_1 என்று அதிகரிக்குமேயானல் சேமிப்பின்

அளவும் R_1F என்று அதிகரிக்கும். ஆனால், முதலீட்டின் அளவோ (முதலின் தேவையோ) R_1E என்ற குறைந்த அளவாகவே அமையும். வட்டிவீதம் OR_2 என்று குறையுமேயானால் சேமிப்பின் அளவும் R_2Q என்று குறைகிறது. ஆனால், முதலின் தேவையோ (முதலீடு) R_2H என்று அதிகரிக்கின்றது என்பதை இவ்வரைபடம் தெளிவுபடுத்துகின்றது.

எடுகோள்கள்

1. இக்கோட்பாட்டில் சேமிப்பு எல்லாம் உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்தப்படுகிறது என்ற எடுகோளினால் இக்கோட்பாடு அமைந்துள்ளது. உற்பத்திக் காரணிகள் எல்லாமே வேலை நிறைவில் (Full Employment) உள்ளன.

2. உண்மைச் சேமிப்பையும் உண்மை முதலீட்டையுமே கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளவேண்டும். பணவாக்க (Monetary) சேமிப்பையும், முதலீட்டையும் இக்கோட்பாடு விட்டு வைக்கின்றது.

குறைகள்

1. வட்டியே சேமிப்பையும் முதலீட்டையும் நிருணயிக்கின்றன. வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்கும்போது சேமிப்பு அதிகமாகிறது. வட்டி வீதம் குறைந்தால் சேமிப்பின் அளவும் குறைகிறது என்று இக்கோட்பாடு கூறுகிறது. ஆனால், நடைமுறையில் பணக்காரர்கள் வட்டி குறைவாக இருந்தாலும் சேமிப்பை ஒத்திப்போடமாட்டார்கள். ஏழைகளை எடுத்துக் கொள்வோமானால் வட்டிவீதம் உயர்ந்தாலும் சேமிக்கமாட்டார்கள். ஏனெனில், அவர்களுடைய வருமானம் நிகழ்காலத் தேவையைப் பூர்த்தி செய்யாது. எனவே, வருமானமே சேமிப்புக்கும், முதலீட்டிற்கும் காரணமாகும். வருமானத்தில் ஏற்படும் மாறுதல்களே சேமிப்பு, முதலீடு போன்றவற்றைச் சமமாக இருக்கும்படி செய்கின்றது என்கிறார் கீன்ச் (Keynes).

2. முதலீடு வட்டி வீதத்தைப் பொறுத்துள்ளது. வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்கும்போது முதலீடு குறைகிறது என்பது இக்கோட்பாட்டின் கருத்து. ஆனால், முதலீடு பெரிய அளவில் இலாபம் கூட்டக் கூடியதாக இருக்குமேயானால் வட்டிவீதம் அதிகமாக இருக்கும் நிலையிலும் வேலையளிப்போன் கடன் வாங்குவான். எனவே, முதலீடு என்பது ஒரு தொழிலிலுள்ள இலாப வாய்ப்பினையே பொறுத்துள்ளது. வட்டி வீதத்தைப் பொறுத்தது அல்ல என்று கூறுகின்றார் கீன்ச்.

3. உற்பத்திக்கு ஈடுபடுத்தப்படும் முதலீட்டை மட்டும் கணக்கில் எடுத்துக் கொண்டது நுகர்வுக்காகக் கடன் வாங்குகின்றவர்களும் உண்டு என்பதனுல்தான். எனவே, நுகர்வுக்காக வாங்கும் கடனே இக்கோட்பாடு கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளவில்லை.

4. உற்பத்திக் காரணிகள் யாவும் முழு வேலே வாய்ப்பில் உள்ளன என்று இக்கோட்பாடு கூறுகின்றது. ஆனுல், நடைமுறையில் சமுதாயத்தில் நிறைந்த வேலே வாய்ப்பிற்கும் குறைவாகவே வேலே வாய்ப்பு அமைந்துள்ளன என்கின்ருர் கீன்ச்.

5. உண்மைச் சேமிப்பை மட்டும் இக்கோட்பாடு எடுத்துக் கொண்டுள்ளது. மேலும், சேமிப்பு ஒன்றே முதலீட்டிற்குக் காரணம் என்று இக்கோட்பாடு கருதுகின்றது. ஆனுல், நடைமுறையில் வங்கிகளின் கடன் (Bank credit) பண அளிப்பையும், வட்டி வீதத்தையும் மாற்றி அமைக்கக் கூடிய ஆற்றல் படைத்ததாகக் காணப்படுகின்றன.

6. வட்டி வீதம் முதலின் தேவையையும், அளிப்பையும் பொறுத்து அமைகிறது. முதலின் அளிப்புப் பொது வருவாயைப் பொறுத்துள்ளது. பொது வருவாயைப் பொறுத்து முதலின் அளிப்புக் கோடு மேல் நோக்கியோ அல்லது கீழ் நோக்கியோ அசைந்துக் கொண்டிருப்பதனுல் சரியான வட்டி வீதத்தை (நிலேயான வட்டி வீதத்தை) நிருணயிக்க முடிவதில்லே.

இக்கோட்பாட்டின் குறைகள் யாவும் கீன்சின் நீர்மை விருப்ப வட்டிக் கோட்பாட்டினுல் தற்காலத்தில் நிறைவு செய்யப்பட்டுள்ளன.

புதிய தொன்மை வட்டிக் கோட்பாடு அல்லது கடன் நிதி வட்டிக் கோட்பாடு
(The New classical Theory of Interest or Loanable Fund Theory of Interest)

புதிய தொன்மை வட்டிக் கோட்பாட்டை முதன்முதலாக உருவாக்கியவர் ஸ்வீடன் நாட்டுப் பொருளியல் வல்லுநரான நட் விக்செல் (Sweadish Economist Knut wicksell) ஆவார். இவருக்குப் பின்பு பெர்டில் ஓகலின் (Bertil Ohlin), எரிக் லிந்தால் (Eric Lindhal) போன்றவர்களால் இக்கோட்பாடு வளப்படுத்தப்பட்டது. இத்தொன்மை வட்டிக் கோட்பாட்டைப் பின்பு ராபர்ட்சன் (Robertson) என்பவர் வளப்படுத்தி இக்கோட்பாட்டிற்குக் கடன் நிதி வட்டிக் கோட்பாடு என்று அழைக்கலானுர்.

இக்கோட்பாட்டின்படி கடன் நிதியைப் பயன்படுத்துவதற்காகத் தருகின்ற விலையே வட்டி எனப்படுகின்றது. வட்டியைக் கடன் நிதிக்குரிய தேவையும் அளிப்பும் நிருணயிக்கின்றன என்பதே இக்கோட்பாட்டின் அடிப்படைக் கருத்தாகும்.

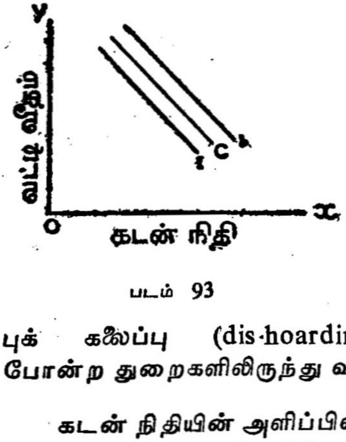
கடன் நிதியின் தேவை: முதலீடு மற்றும் பதுக்கல் (Hoarding) ஆகிய இரு காரணங்களுக்காகக் கடன் நிதித் தேவை உண்டாகின்றது. உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்கு முதலீடு மிகவும் அவசியமாகும். உற்பத்தியாளர் மூலதனத்தின் இறுதி நிலைத் திறனும் அம் மூலதனத்திற்குக் கொடுக்கப்படுகின்ற வட்டி வீதமும் சமமாக வரும்வரை மூலதனத்தை உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்துவான். எனவே, வட்டி வீதம் குறைவாக இருக்கும் போது முதலீட்டின் தேவை அதிகமாக அமையும். வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்கும் போது முதலீட்டின் தேவை குறைவாகவே இருக்கும்.

பொதுவாகக் கடன் நிதியின் தேவை முதலீட்டிலிருந்து மட்டுமின்றி நுகர்வுப் பக்கமிருந்தும் எழுகின்றது. நுகர்வுக்காகக் கடன் வாங்குகின்றவர்களும் உண்டு. இவர்களின் தேவை இங்கே எழுவதற்குக் காரணம் அவர்களின் வருமானம் குறைவாக இருப்பதுவேயாகும். நுகர்வோர் தங்கள் வருமானத்தைக் கொண்டு தங்களுடைய விருப்பங்களை ஈடு செய்ய முடியாத நிலை ஏற்படுகின்றபடியால் அவர்களுக்கும் கடன் நிதி தேவைப்படுகின்றது. இக்கடன் நிதியைக் கொண்டு அவர்கள் தங்களுடைய நிகழ்கால விருப்பத்தைப் பூர்த்தி செய்து கொள்கிறார்கள். இவர்களுடைய கடன் நிதித் தேவையும் வட்டிவீதத்தைப் பொறுத்துள்ளது. வட்டி வீதம் குறைவாக இருக்குமேயானால் நுகர்வுக் கடன் நிதியின் தேவை அதிகமாக இருக்கும். வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்குமேயானால் கடன் நிதியின் தேவை குறைந்தே காணப்படும்.

மக்கள் எப்போதும் தங்கள் கையில் ரொக்கமாகக் கொஞ்சம் பணம் வைத்து இருப்பார்கள். எதிர்பாராத செலவுகள் ஏதாவது ஏற்படக்கூடும் என்றோ அல்லது வேறு காரணங்களுக்காகவோ பணத்தைச் செலவு செய்யாமல் மக்கள் ரொக்கமாகச் சிறிது பணத்தைப் பதுக்கி வைப்பார்கள். இவ்வாறு பதுக்கி வைத்திருக்கும் பணமும் வட்டி வீதத்தையே பொறுத்துள்ளது. வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்கும் போது மக்கள் பணத்தைப் பதுக்கி வைப்பதைக் காட்டிலும் கடன் கொடுக்க விரும்புவார்கள். வட்டி வீதம் குறைந்து காணப்படுமேயானால் கடன் கொடுக்காமல் பதுக்கி வைப்பார்கள். தெளிவாகக் கூறு

வோமெனில் வட்டி வீதம் அதிகரிக்கும் போது பதுக்கல் (Hoarding) வீதம் குறைகின்றது. வட்டி வீதம் குறையும் போது பதுக்கல் வீதம் அதிகரிக்கின்றது.

எனவே, கடன் நிதியின் தேவை உற்பத்திக்காகக் கடன் வாங்குவோர், நுகர்வுக்காகக் கடன் வாங்குவோர், பதுக்கி வைப்போர் போன்றவர்களினுல் உண்டாகின்றது. இவர்களின் கடன் நிதித் தேவை வட்டி வீதத்தைப் பொறுத்துள்ளது. வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்குமேயானுல் கடன் நிதியின் தேவை குறைகின்றது. வட்டி வீதம் குறைவாக இருக்குமேயானுல் தேவை அதிகரிக்கின்றது. எனவே, இவர்களின் தேவைக் கோடுகள் கீழே வரைபடத்தில் காட்டியுள்ளபடி இடமிருந்து வலமாக மேலிருந்து கீழ்நோக்கிச் சரிந்து செல்லுகின்றன.



படம் 93

வரைபடத்தில் பதுக்கல் (Hoarding) நுகர்வு (Consumption) முதலீடு (Investment) ஆகிய தேவைக் கோடுகளின் போக்கை நாம் அறியலாம்.

கடன் நிதியின் அமைப்பு

பொதுவாகக் கடன் நிதியின் அளிப்பு, மக்களின் சேமிப்பு (Savings of the people), சேமிப்புக் கலைப்பு (dis-hoarding), வங்கிக் கடன் (Bank Credit) போன்ற துறைகளிலிருந்து வருகின்றது.

கடன் நிதியின் அளிப்பில் முக்கிய இடம் பெறுவது மக்களின் சேமிப்பாகும். மக்களின் வருமானத்தை ஒட்டியே சேமிப்பு அமைகிறது. அதிகமாக வருமானம் பெறுகிறவர்கள் அதிகமாகச் சேமிப்பார்கள். குறைவாக ஊதியம் பெறுகிறவர்கள் நிகழ்கால விருப்பங்களை ஈடு செய்தது போக எஞ்சியதைச் சேமித்து வைப்பார்கள். ஆயினும் வருமானம் மாருதிருக்கும்போது மக்களின் சேமிப்புத் திறன் வட்டி வீதத்தையே பொறுத்துள்ளது. வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்கும் போது மக்கள் அதிகமாகச் சேமிப்பார்கள். வட்டி வீதம் குறைவாக அமையும் போது மக்களின் சேமிப்பும் குறைந்து காணப்படுகின்றது.

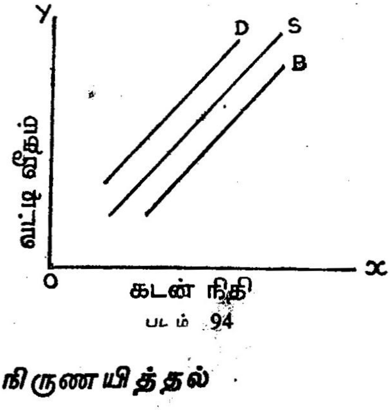
முன்பு பதுக்கி அல்லது ரொக்கமாக வைத்திருக்கும் பணத்தை இப்போது மக்கள் அளிக்க முன்வரலாம். இவ்வாறு மக்கள் தாங்களே சேமித்து (பதுக்கி) வைத்த பணத்தைக்

கடன் நிதி அளிப்பாகக் கொண்டு வருவதற்குக் காரணம் வட்டி வீதமேயாகும். வட்டியே அவர்கள் பதுக்கி வைத்தப் பணத்தை அல்லது சேமித்த பணத்தைக் கலைக்கத் தூண்டு கிறது. சேமிப்பின் கலைப்பு (dis-hoarding) வட்டி வீதத்தை ஒட்டி அமைகிறது. வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்கும் போது சேமிப்பின் கலைப்பு அதிகமாகின்றது. வட்டி வீதம் குறைவாக இருக்கும்போது சேமிப்பின் கலைப்புக் குறைவாக அமைகின்றது.

கடன் நிதியின் அளிப்பு மக்களின் சேமிப்பு, சேமிப்புக் கலைப்பு இவைகளினுல் மட்டுமின்றி வங்கியின் வட்டியை (Bank Interest) ஒட்டியும் அமைகின்றது. பொதுவாக வங்கிகள் வட்டிக்கே கடன் வழங்குகின்றன. எனவே, இவ்வளிப்பும் வட்டியின் வீதத்தையே ஒட்டி அமைகின்றது. வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்கும்போது வங்கிகள் அதிகமான பணத்தைக் கடனுக அளிக்கின்றன. வட்டி வீதம் குறைவாக இருக்கும் போது குறைந்த தொகையையே கடனுகக் கொடுக்க வங்கிகள் முன்வருகின்றன.

எனவே, கடன் நிதியின் அளிப்புச் சேமிப்பு, சேமிப்புக் கலைப்பு, வங்கிகளின் கடன் இவைகளினுல் உண்டாகின்றது. இக்கடன் நிதி அளிப்பு வட்டியையே ஒத்திருக்கின்றது. வட்டி அதிகரிக்கும் போது கடன் நிதியின் அளிப்பும் அதிகரிக்கின்றது. வட்டி வீதம் குறையும் போது கடன் நிதியின் அளிப்பும் குறை கின்றது. எனவே, இவைகளின் அளிப்புக் கோடுகள் கீழே வரையப்பட்டுள்ள வரைபடத்தில் காட்டியுள்ளபடி இடமிருந்து வலமாகக் கீழிருந்து மேல் நோக்கிச் செல்லுகின்றன.

மேலே கூறியபடி வட்டிக்கு ஏற்பச் சேமிப்பு, சேமிப்புக் கலைப்பு, வங்கியின் கடன் இவைகள் மாறுபடுவதால் இவற்றின் அளிப்புக் கோடு களான முறையே S, D, B போன்ற கோடுகள் கீழிருந்து மேல் நோக்கிச் செல்லு கின்றன.

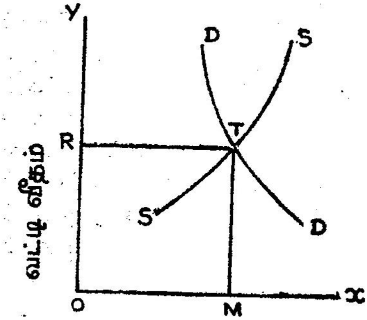


படம் 94

வட்டி வீதம் நிருணயித்தல்

கடன் நிதியின் முதலீடு, பதுக்கல், நுகர்வு இவைகளை ஒன்ருகச் சேர்க்கும் போது கடன் நிதியின் மொத்தத் தேவை

கிடைக்கின்றது. அதே போல் மக்களின் சேமிப்பு, சேமிப்புக் கலைப்பு வங்கிக் கடன் போன்றவைகளின் அளிப்பை ஒன்ருக இணைக்கும் போது கடன் நிதியின் மொத்த அளிப்பும் நமக்குக் கிடைக்கின்றது. இக்கடன் நிதியின் மொத்தத் தேவையும் அளிப்பும் சமமாக இருக்கும் நிலையில் வட்டிவீதம் நிருணயிக்கப் படுகின்றது. இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் நாம் அறிந்து கொள்ளலாம்.



படம் 95

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சுக் கடன் நிதியின் தேவை அளிப்பையும் OY என்ற அச்சு வட்டி வீதத்தையும் குறிக் கின்றது. DD என்ற வளைக் கோடு கடன் நிதியின் மொத் தத் தேவையையும் SS என்ற வளைக்கோடு கடன் நிதியின் மொத்த அளிப்பையும் குறிக் கின்றன. இவ்விரு கோடுகளும் T என்ற புள்ளியில் இணைகின் றன. அதாவது கடன் நிதியின் மொத்த அளிப்பும் தேவையும் T என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. இச்சமமாக இருக்கும் நிலை யில் வட்டி நிருணயிக்கப்படுகின்றது. எனவே OR வட்டி வீதமாக அமைகின்றது.

இக்கோட்பாடும் தொன்மை வட்டிக் கோட்பாட்டைப் போன்று உற்பத்திக் காரணிகள் எல்லாமே வேலை நிறைவில் (Full employment) உள்ளன என்று கூறுகின்றது. ஆனல், தொன்மை வட்டிக் கோட்பாட்டைப் போல முதலீட்டை மட்டும் எடுத்துக் கொள்ளாமல் நுகர்வு, பதுக்கல் போன்ற பணவாக்கத் தேவைகளையும் உண்மையான தேவையான முதலீட்டுடன் எடுத்துக் கொண்டுள்ளது. அதே போலக் கடன் நிதியின் அளிப் பிற்காக உண்மையான சேமிப்பை மட்டும் எடுத்துக் கொள்ளா மல் சேமிப்புக் கலைப்பு, வங்கிக் கடன் போன்ற பணவாக்க அளிப்பையும் எடுத்துக் கொண்டுள்ளது. எனவே, தொன்மை வட்டிக் கோட்பாட்டைக் காட்டிலும் இக்கோட்பாடு சிறந்தது என்று நாம் கூறலாம்.

குறைகள்

1. இக்கோட்பாட்டின் எடுகோளான உற்பத்திக் காரணி கள் எல்லாமே வேலை நிறைவில் உள்ளன என்பது நடை முறைக்கு ஒப்பாத ஒன்ருகு.

2. இக்கோட்பாட்டினைத் 'திட்டவட்ட மற்ற' (indeterminate) கோட்பாடு என்று அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுநர் பேராசிரியர் ஹன்சன் (Porf. Hansen) கூறுகின்றார். ஏனெனில், இக்கோட்பாடு வட்டி வீதத்தை நிருணயிப்பது கடன்நிதி என்றும் இக்கடன் நிதி முதலீட்டையும் சேமிப்பையும் ஒட்டி அமைகின்றது என்றும், இம் முதலீடும், சேமிப்பும் வட்டியை ஒட்டி அமைகின்றன என்றும் கூறுகின்றது. ஆகையால் எப்படி வட்டி நிருணயிக்கப்படுகிறது என்று இக்கோட்பாடு திட்ட வட்டமாகச் சொல்லவில்லை என்கிறார்.

3. வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்கும் போது சேமிப்பின் நிலை அதிகமாகவும், வட்டி வீதம் குறையும் போது சேமிப்புக் குறைவாகவும் இருக்கும் என்று இக்கோட்பாடு திட்ட வட்டமாகச் சொல்லுகின்றது. நடைமுறையில் வட்டியின் வீதத்தைக் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளாமலே மக்கள் சேமிப்பதை நாம் கவனிக்கலாம். பொதுவாகச் செல்வந்தர்கள் வட்டியில்லாத நிலையிலும் கூட சேமிப்பதை நாம் அறிவோம்.

4. ஒரு நாட்டின் மக்களுடைய சேமிப்பு வருமானத்தையே ஒட்டி அமைகின்றது என்கின்றார் கீன்சு. வருமானம் அதிகமாக இருக்குமேயானால் நிகழ்காலத் தேவையைப் பூர்த்தி செய்தது போக எஞ்சியதைச் சேமித்து வைப்பார்கள். வருமானம் குறையும் போது நிகழ்காலத் தேவையையே பூர்த்தி செய்ய முடியாமலிருப்பதனால் சேமிப்புக் குறைகிறது என்பது இவருடைய கருத்து. ஆனால், கடன் நிதிக் கோட்பாடு சேமிப்பு வட்டி வீதத்தை ஒட்டி அமைகிறது என்று கூறுகின்றது. இக்கோட்பாட்டின் கருத்து ஒத்துக் கொள்ள முடியாத ஒன்றேயாகும். பொதுவாகச் சேமிப்பு வருமானத்தையே ஒட்டி அமைகிறது.

கீன்சின் நீர்மை விருப்ப வட்டிக் கோட்பாடு

(Keyne's Liquidity Preference Theory of Interest)

தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்களின் வட்டிக் கோட்பாட்டில் உள்ள குறைகளைப் போக்குவதற்காகக்கீன்ச் பிரபு நீர்மை விருப்பக் கோட்பாட்டை உருவாக்கினார். இவ்வட்டிக் கோட்பாட்டை 1936 ஆம் ஆண்டில் வெளியிட்ட வேலை, வட்டி, பணம் ஆகியவற்றின் பொதுக் கோட்பாடு, என்ற அவருடைய நூலின் மூலம் வெளிப்படுத்தினார். இவர் கருத்துப்படி வட்டி பணத்தின் தேவை, அளிப்பு இவைகளாலேயே நிருணயிக்கப் படுகிறது எனலாம்.

பணம் என்ற சொல்லைக் கேட்டவுடன் நம் சிந்தனைக்கு அது ஒரு சொத்து என்று புலப்படும். பொதுவாகச் சொத்துகளை இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். முதலாவதாக உண்மையான சொத்துகள் (Real assets) இதை நிலையான சொத்துகள் என்றும் கூறலாம். எடுத்துக்காட்டாகக் கட்டிடங்கள், இயந்திரங்கள், நிலங்கள் போன்றவைகளை நாம் அடிக்கடி வாங்கி விற்றுக் கொண்டிருப்பதில்லை. எனவே, இச் சொத்துகளை நிலையான அல்லது உண்மையான சொத்துகள் என்று கூறலாம். மேலும், இச் சொத்துகளைப் பணமாக மாற்றுவதற்குச் சில காலங்களாவது பிடிக்கும் என்பது குறிப்பிடத் தக்கது. இரண்டாவதாகப் பணம் (Cash) கடன் பத்திரம் (Debenture) உண்டியல் (Bills of Exchange) அரசுப் பத்திரங்கள் (Government Securities) போன்றவைகள் 'பண சம்பந்தமான சொத்துகள்' (Financial Asset) எனப்படும். ஏனெனில், இவைகளைக் குறுகிய காலத்தில் பணமாக மாற்ற முடியும். இப்பண சம்பந்தமான சொத்துகளுள் பணமே (Cash) நேரடியாகப் பொருள் களையும் பணிகளையும் வாங்க உபயோகப்படுகிறது. உண்டியலை எடுத்துக் கொள்வோமானால் இதைக் கொண்டு நேரடியாகச் சரக்குகளை வாங்க முடியாது. இதே போல அரசுப் பத்திரங்களைக் கொண்டு நேரடியாகப் பொருள்களையும் பணிகளையும் வாங்க முடியாது. உண்டியல் அரசுப் பத்திரங்கள் போன்றவைகளை முதலாவதாகப் பணமாக மாற்றி அதன் பின்பே பொருள்களை வாங்க முடியும். ஆனால், பணம் (Cash) நேரடியாகப் பொருள்களையும் பணிகளையும் வாங்க உபயோகிக் கப்படுகிறது. எனவே, பணத்தை 'நீர்மைச் சொத்து' (Liquid asset) எனலாம். ஒரு விருப்பத்தை உடனடியாக நிறைவேற்ற வேண்டுமெனில் பிற முறைகளில் வைக்கப் பட்டுள்ள சொத்துகளை உடனே பயன்படுத்த முடியாது. எடுத்துக்காட்டாக ஞாயிற்றுக் கிழமையன்று தன் குடும்பத்தில் உள்ள ஒருவரை மருத்துவமனையில் சேர்க்க வேண்டிய கட்டம் வந்துவிட்டது என வைத்துக் கொள்வோம். இந்நிலையில் மற்றச் சொத்துகளைவிட உடனடியாகப் பயன்படக்கூடியது இப் பணம் ஒன்றே. எனவே, மற்றச் சொத்துகளைவிட நீர்மை நிலையில் இருக்கும் சொத்துப் பணம் ஒன்யோகும். உடனடியாகத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக இப்பணத்தைக் கைவசம் வைப்பதற்கு எல்லோரும் விரும்புவது இயற்கையே. எனவே, இக்கோட்பாட்டை 'நீர்மை விருப்பக் கோட்பாடு' என்ற தலைப்பில் கீன்ச் பிரபு உருவாக்கியுள்ளார்.

உடனடித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக நீர்மையாக வைத்திருக்கும் சொத்தைக் (பணத்தை) கடனாக மற்றொரு

வனுக்குக் கொடுக்கும் போது கடன் கொடுப்பவன் அந்த அளவுக்குத் தன்னுடைய நீர்மை விருப்பத்தை இழக்கிறன். ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு நீர்மை (அல்லது ரொக்கம்) விருப்பத்தை விட்டுக் கொடுக்க வேண்டிய நிலை கடன் கொடுப்பவனுக்கு ஏற்படுகிறது. அவ்வாறு விட்டுக் கொடுப்பதற்காகக் கடன் வாங்கியவன் செய்யும் கைம்மாறு வட்டியாகும். எனவே, இக்கோட்பாட்டின்படி மக்கள் தங்களுடைய நீர்மை விருப்பத்தை விட்டுக் கொடுப்பதற்காகக் கொடுக்கப்படும் ஒரு சிறு பணத் தொகையே வட்டி வீதம் என்று முதற் கேள்வியாகிய வட்டி ஏன் கொடுக்கப்படுகிறது என்பதற்குப் பதில் விளக்குகிறது. இரண்டாவதாக வட்டி வீதம் எவ்வாறு நிருணயிக்கப்படுகிறது என்ற கேள்விக்குப் பணத் தேவையும், பண அளிப்பும் வட்டி வீதத்தை நிருணயிக்கிறது என்று பதிலளிக்கிறது இக்கோட்பாடு.

பணத்தின் தேவை

ஒவ்வொருவருக்கும் பணம் தேவைப்படுகின்றது. மனிதன் தன்னுடைய கையில் ரொக்கமாகச் சிறிது பணத்தை வைத்துக் கொள்கிறன். அவனுக்கு அப்பணம் அதிகத் தேவையாக இருக்கின்றது. அப்பணத்தை விட்டுக் கொடுக்கவே வட்டி என்னும் ஊக்கியை உபயோகப்படுத்துகிறோம். மனிதனுக்கு மூன்று காரணங்களினால் பணம் தேவைப்படுகிறது என்கிறர் கீன்சு பிரபு. கொடுக்கல் வாங்கல் நோக்கு (Transaction Motive) எச்சரிக்கை நோக்கு (Precautionary Motive) ஊக வாணிக நோக்கு (Speculative Motive) போன்ற நோக்கங்களை ஈடு செய்வதற்குப் பணம் மிகவும் தேவைப்படுகின்றது.

தனி மனிதன் ஒருவன் உணவுக்காகவும் மற்றப் பொருள்களுக்காகவும் தினமும் செலவு செய்ய வேண்டியுள்ளது. ஆனல், வருமானமோ மாதக் கடைசியிலோ அல்லது வாரக் கடைசியிலோதான் கிடைக்கின்றது. எனவே, மக்கள் அன்றடத் தேவைக்காகக் கையில் ரொக்கமாகப் பணம் வைத்துக் கொள்ள வேண்டிய நிலையுள்ளது. அதே போல தொழில் நிறுவனங்களும் கச்சாப் பொருள்கள் வாங்குவதற்காகவும் கூலி கொடுப்பதற்காகவும் மற்றும் அன்றடச் செலவுகளை ஈடு செய்வதற்காகவும் ரொக்கமாக (நீர்மை) பணம் வைத்துக் கொள்ள வேண்டியதுள்ளது. ஏனெனில், வருமானம் என்பது உற்பத்தி செய்யப்பட்டப் பொருள்களை விற்ற பின்பே கிடைக்கும் ஒன்றகும். இடைப்பட்ட காலங்களின் தேவையைப் பூர்த்தி செய்வதற்காகத் தனிப்பட்ட மனிதனுக்கும், தொழில்

நிறுவனங்களுக்கும் பணம் தேவைப்படுகின்றது. இதற்குக் கொடுக்கல் வாங்கல் நோக்கு) என்று பெயர்.

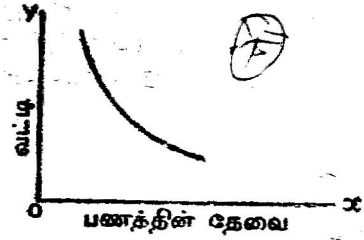
முன்னெச்சரிக்கை நோக்கிற்காகவும் மக்களுக்குப் பணம் தேவைப்படுகின்றது. எதிர்பாராத, திடீரென்று ஏற்படக் கூடிய செலவுகளை ஈடு செய்வதற்காக ஒவ்வொரு மனிதனும், ஒவ்வொரு தொழில் நிறுவனமும் சிறிது தொகையை ரொக்கமாக வைத்துக்கொள்ள வேண்டியிருக்கிறது. எடுத்துக் காட்டாக எதிர்பாராத நிலைமையில் ஏற்படக் கூடிய நோய்கள், வேலையின்மை இவைகளை ஈடு செய்வதற்காக மக்களுக்குப் பணம் தேவைப்படுகின்றது. அதற்காக ரொக்கமாகக் கையில் ஓரளவு பணம் வைத்திருக்க வேண்டிய அவசியம் ஏற்படுகிறது. ஆனால், எவ்வளவு பணம் முன்னெச்சரிக்கையாக வைத்துக் கொள்ள வேண்டும் என்பது ஒவ்வொரு மனிதனின், நிறுவனங் களின், சூழ்நிலையைப் பொறுத்ததாகும்.

மக்கள் இலாபம் கிடைக்கின்ற பொழுது முதலீடு செய்வதற் காகக் கையில் ரொக்கம் வைத்திருப்பார்கள். கடன் பத்திரங் களின் விலை எதிர்காலத்தில் உயரும் என்று தற்போது ஊகித்து அப்பத்திரங்களை இப்பொழுதே வாங்குவார்கள். அதே போல அவற்றின் விலை எதிர்காலத்தில் குறையும் என்று ஊகிப்பார் களேயானால் இப்பொழுதே அப்பத்திரங்களை விற்றுக் கையில் ரொக்கத்தை வைத்துக் கொள்வார்கள். அதே போன்று எதிர் காலத்தில் வட்டி வீதம் உயரும் என்று ஊகிப்பார்களேயானால் அப்பத்திரங்களைத் தற்போது வாங்காமல் எதிர்காலத்தில் வாங்குவதற்காகக் காத்திருப்பார்கள். எனவே, வட்டி வீதம் அதிகரிக்கும் போது பத்திரங்கள் வாங்குவதினால் கையிருப்பு ரொக்கம் குறைகிறது. வட்டி வீதம் குறையும் போது பத்திரங் கள் வாங்குவதை ஒத்திவைப்பதினால் ரொக்கக் கையிருப்பு அதிகமாக இருக்கிறது. இவ்வாறாகப் பத்திரங்களின் விலை மாறுதல்களினாலும் வட்டி வீதத்தினாலும் இலாபம் அடைவதற் காக மக்கள் தங்கள் கையில் ஓரளவு ரொக்கப் பணம் வைத்துக் கொண்டு பத்திரங்களின் எதிர்கால மாறுதல்களை ஊகித்துக் கொண்டிருப்பதற்கு(ஊக வாணிக நோக்கு) என்று பெயர்.

ஒரு பொருளின் விலை குறைந்து கொண்டே வருகிறது என்று வைத்துக் கொள்வோம். மேலும் விலை குறையும் என்று மக்கள் தங்கள் ரொக்கப் பணத்தைக் கைவிடாமல் வைத்திருப் பார்கள். வியாபாரத்தை விரிவுபடுத்துவதற்கும் பணம் மிகவும் தேவைப்படுகின்றது.

மக்களின் நீர்மை (ரொக்க) விருப்பு வட்டி வீதத்தைப் பொருத்துள்ளது. வட்டி வீதம் அதிகரிக்குமானால் நீர்மை

விருப்புக் குறைகிறது. வட்டி வீதம் குறையும் போது நீர்மை விருப்பு அதிகமாகிறது. இதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.



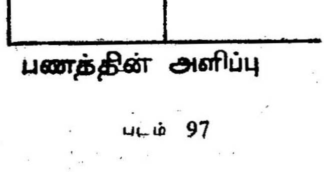
படம் 96

வட்டி வீதம் அதிகரிக்கும் போது நீர்மை விருப்புக் குறைகிறது. வட்டி வீதம் குறையும் போது நீர்மை விருப்பு அதிகமாகிறது. எனவே, தேவைக் கோடு மேலே உள்ள வரைபடத்தில் உள்ளது போல இடமிருந்து வலமாக மேலிருந்து கீழ் நோக்கிச் சரிந்து செல்கின்றது.

பணத்தின் அளிப்பு

பண அளிப்பு அரசு, வங்கி ஆகிய இரு நிறுவனங்களிலிருந்து உருவாகின்றது. மக்களுடைய புழக்கத்திற்காக அரசு விட்டுவைத்திருக்கும் பணத்தையும், வங்கிகளில் இருக்கும் பணத்தையும் கீன்ச் பிரபு பணத்தின் அளிப்பாக எடுத்துக் கொள்கிறார். மக்கள் வைத்திருக்கும் பணத்தை அரசால் கட்டுப்படுத்த இயலும். எனவே, மக்களிடையே நடமாடுகின்ற பணத்தையும், காசோலை மூலம் (Cheque) வங்கிகளில் எடுத்துக் கொள்ளும் நிலையிலிருக்கும் வங்கிப் பணத்தையும் (Bank Money) கீன்ச் பணத்தின் அளிப்பாக எடுத்துக் கொள்கிறார். இத் தொகையில் குறுங்காலத்தில் மாறுதல் ஏதும் இருப்பதில்லை என்பது இக்கோட்பாட்டின் எடுகோளாகும். எனவே, இந்த எடுகோளின்படி பணத்தின் அளிப்புக் குறுங்காலத்தில் மாறாதிருக்கும். இதை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.

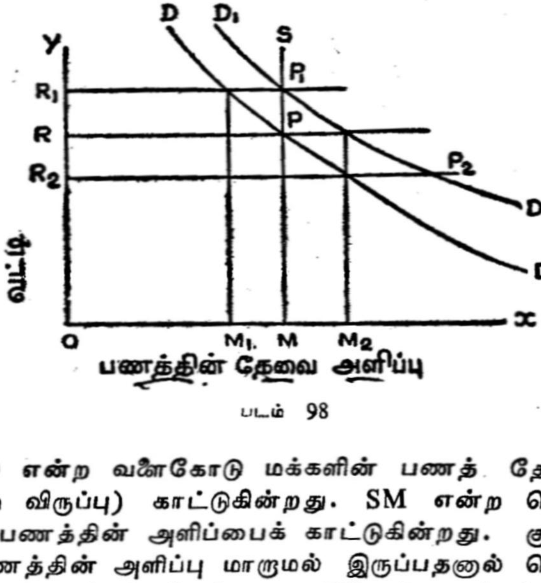
பணத்தின் அளிப்பு மக்களின் புழக்கத்திலிருக்கும் சட்டமுறைப் பணத்தையும் (Legal tender money) வங்கிப் பணத்தையும் (Bank money) குறிக்கும். இவை குறுங்காலத்தில் மாறாதிருப்பதனால் பணத்தின் அளிப்புக் கோடு செங்குத்தாக இருக்கின்றது. இப் பணத்தின் அளிப்பை வெளிச்சந்தை நடவடிக்கைகளினாலும் (Open market



படம் 97

Operations) பங்கு வட்டி வீதத்தினுலும் (Bank rate) கடன் கருவிக் கட்டுப்பாடுகளாலும் (Weapens of Credit Control) கட்டுப்படுத்தலாம் என்பது தெளிவு.

இவ்வாருகப் பணத்தின் அளிப்பையும் (குறுங்கால அளிப்பு) நீர்மை விருப்பத்தையும் வைத்துக் கொண்டு (பணத்தின் தேவை) வட்டியை நிருணயிக்கலாம். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறியலாம்.



படம் 98

DD என்ற வளைகோடு மக்களின் பணத் தேவையைக் (நீர்மை விருப்பு) காட்டுகின்றது. SM என்ற செங்குத்துக் கோடு பணத்தின் அளிப்பைக் காட்டுகின்றது. குறுங்காலத்தில் பணத்தின் அளிப்பு மாருமல் இருப்பதனுல் செங்குத்துக் கோடாகக் காட்டப்பட்டுள்ளது. OX என்ற அச்சுப் பணத்தின் தேவையையும் அளிப்பையும் காட்டுகின்றது. OY என்ற அச்சு வட்டி வீதத்தைத் தெரிவிக்கின்றது. DD என்ற பணத்தின் தேவைக் கோடும் SM என்ற பணத்தின் அளிப்புக் கோடும் P என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. எனவே, வட்டி வீதம் OR அல்லது PM என்று நிருணயிக்கப்படுகிறது. OR என்ற வட்டி வீதத்தில் மக்களின் பணத் தேவையும் அளிப்பும் சமமாகின்றன.

வட்டி OR_1 என்று உயர்வர்க இருக்குமேயானுல் மக்களின் நீர்மை (ரொக்க) விருப்புக் குறைகிறது. மக்கள் ரொக்கமாகத் தங்கள் கையில் பணத்தை வைத்திருப்பதற்குப் பதிலாக ஒரளவு தொகையை வட்டிக்கு மற்றவர்களுக்குக் (கடனுகக்) கொடுப்

பார்கள். எனவே, OR_1 என்று வட்டி வீதம் அதிகரிக்கும் போது OM_1 என்ற அளவு பணத்தையே நீர்மை (ரொக்கம்) யாக வைத்துக் கொண்டு M_1M அளவு பணத்தை மற்றவர் களுக்குக் கடனாக வட்டிக்குக் கொடுத்துவிடுவார்கள். வட்டி வீதம் அதிகரித்தால் மக்களின் நீர்மை விருப்புக் குறையும் என்பது இதிலிருந்து தெளிவாகிறது.

வட்டி வீதம் OR_2 என்று குறைந்து காணப்படும் போது மக்கள் தங்கள் ரொக்கப் பணத்தைக் கடனாகக் கொடுப்பதற்கு முன்வரமாட்டார்கள். எனவே, மக்கள் ரொக்கமாகப் பணத் தைத் தங்களிடமே வைத்துக் கொள்வார்கள். தெளிவாகக் கூற வேண்டுமெனில் மக்களின் நீர்மை விருப்பு அதிகமாகிறது. வரைபடத்தில் நீர்மை விருப்பு OM-இலிருந்து OM_2 ஆக அதிகரிக்கிறது.

மக்களின் நீர்மை விருப்பு அதிகரிக்கிறது என்றும் அதனால் பணத்தின் தேவைக் கோட்பாடுக் கோடு DD யிலிருந்து D_1D_1 ஆக உயர்ந்து காணப்படுகிறது என்றும் வைத்துக் கொள்வோம். குறுங்காலத்தில் பணத்தின் அளிப்பு மாறுதிருப்பதனால் வட்டி வீதம் PM இலிருந்து P_1M ஆக உயர்ந்து காணப்படுகின்றது.

பணத்தின் அளிப்பு OM இலிருந்து OM_2 ஆக உயரும்போது பணத்தின் தேவை விருப்பு மாறுதிருக்குமேயானால் வட்டி வீதம் OR-இலிருந்து OR_2 ஆகக் குறைந்து விடுகின்றது.

குறைகள்

1. மக்களின் நீர்மை விருப்பு வட்டி வீதத்தைப் பொறுத் துள்ளது. வட்டி வீதம் உயரும் போது மக்களின் நீர்மை விருப்புக் குறைகிறது என்றும் வட்டி வீதம் குறையும் போது மக்களின் நீர்மை விருப்பு அதிகமாகிறது என்றும் இக்கோட் பாடு கூறுகின்றது. நடைமுறையில் வட்டி வீதம் அதிகமாக இருப்பின் ஒரு சிலரின் நீர்மை விருப்பு மாறுமலே இருப்பதை நாம் காணலாம். அதே போல பணத்தின் அளிப்பை அதிகப்படுத்துவதனால் வட்டி வீதம் குறைந்து விடுவதில்லை.

2. மக்களின் சேமிப்பு முதலாக உருவாக்கப்பட்டு உற்பத் தியைப் பெருக்குவதனாலேயே வட்டிக் கொடுக்கப்படுகின்றது. ஆனால், இக்கோட்பாடு வட்டி மக்களின் நீர்மை விருப்பை ஒத்திப் போடுவதற்காகக் கொடுக்கப்படுகிறது என்று கூறுகிறது.

3. மக்களின் நீர்மை விருப்புக்குக் காரணம் மூன்று நோக்கங்களே என்கிறார் கீன்ச். ஆனால், நடைமுறையில் எத்தனையோ நோக்கங்களுக்காக மக்கள் தங்கள் கையில் எப்பொழுதும் ரொக்கமாகப் பணம் ஓரளவு வைத்திருப்பதைக் காணலாம்.

4. ஒருவர் தன்னுடைய பணத்தைத் தவணை வைப்பு (Time-deposits) குறுங்காலக் கருவூலக உண்டியல் (Short term Treasury Bill) இவைகளில் போட்டு வைப்பதனால் அவருக்குத் தேவைப்படும் போது உடனே பணம் கிடைக்கிறது. எனவே, பணத்தை நீர்மை (ரொக்கம்) யாக இருப்பது மட்டுமின்றி அப்பணத்திற்கு ஓரளவு வட்டியும் கிடைக்கின்றது. எனவே, மனிதன் தன் கையில் ரொக்கமாக வைத்துக் கொண்டு (வட்டிக் கிட்டாமல்) இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை.

5. கீன்ச் பிரபு தன்னுடைய கோட்பாட்டிற்கு உண்மைக் காரணிகள் (Real factors) கால விருப்பம் (Time preference) இவைகளை எடுத்துக் கொள்ளவில்லை என்று பேராசிரியர் ஹென்றி ஹச்லிட் (Prof. Henry Hazlitt) குறை கூறுகின்றார்.

6. இக்கோட்பாட்டின்படி வட்டி வீதத்தைப் பணத்தின் அளிப்பும் நீர்மை விருப்பமும் (பணத்தின் தேவையும்) நிருணயிக்கின்றன. நீர்மை விருப்பம் வருமானத்தை ஒட்டி அமைகின்றது. வருமானத்தை நிருணயிப்பதில் வட்டிப் பெரும் பங்கு வகிக்கின்றது. எனவே, இக்கோட்பாடும் ஒரு 'திட்ட வட்ட மற்றக் கோட்பாடு' ஆகும் என்று பேராசிரியர் கென்சன் (Prof. Hansen) கூறுகின்றார்.

புதுமை வட்டிக் கோட்பாடு

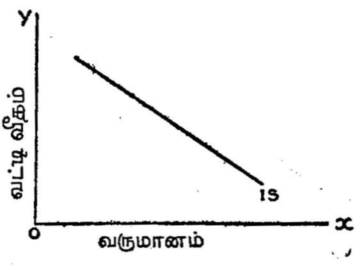
(The Modern Theory of Interest)

இக் கோட்பாட்டைத் தற்காலப் பொருளியல் வல்லுநர்களான இக்ச் (Hicks), லெர்னர் (Lerner) போன்றவர்கள் உருவாக்கியுள்ளனர். இக்கோட்பாட்டை 'திட்டமிட்ட வட்டிக் கோட்பாடு' (Determinate Theory of Interest) என்றும் கூறலாம். இக்கோட்பாடு முதலீடு, சேமிப்பு, நீர்மை விருப்புத் தேர்வு, பண அளிப்பு ஆகியவைகளைக் கணக்கில் எடுத்துக் கொண்டு வட்டியை நிருணயிக்கின்றது. இக்கோட்பாடு பணவாக்கக் காரணிகளையும் (Monetary Factors) உண்மைக் காரணிகளையும் (Real Factors) எடுத்துக் கொண்டு வட்டியை நிருணயிக்கின்றது. தொன்மை வட்டிக் கோட்பாடு உண்மை சேமிப்பை

யும் உண்மை முதலீட்டையும் எடுத்துக் கொண்டு வட்டியை நிருணயித்தது. கீன்ச்பிரபுவின் வட்டிக் கோட்பாடு பண வாக்கக் காரணிகளான நீர்மை விருப்பத் தேர்வையும் பணத்தின் அளிப்பையும் வைத்துக் கொண்டு வட்டியை நிருணயித்தது. ஆனால், தற்காலிகக் கோட்பாடு உண்மைக் காரணிகளையும் பணவாக்கக் காரணிகளையும் எடுத்துக் கொண்டு சமநிலை வட்டி வீதத்தை நிருணயிக்கின்றது.

இக் கோட்பாடு சேமிப்பு, முதலீடு, நீர்மை விருப்பத் தேர்வு (Liquidity Preference) பண அளிப்பு ஆகிய நான்கு உண்மை, பணவாக்கக் காரணிகளையும் வருமானத்துடன் இணைத்துச் சமநிலை வட்டியை நிருணயிக்கின்றது. சேமிப்பும், முதலீடும் எந்தெந்த வட்டி வீதத்தில் சமநிலை அடைகின்றது என்பதை நாம் தொன்மை வட்டிக் கோட்பாட்டில் தெளிவாக அறிந்தோம். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நாட்டின் மொத்த வருமானம் ரூ. 50 கோடியாக இருக்கும் போது 10% வட்டி வீதம் என்று கொள்வோமானால், இந்த 10% வட்டி வீதத்தில் சேமிப்பும் முதலீடும் இணையாகின்றன என்பது பொருளாகும். 75 கோடி ரூபாயாக வருமானம் உயரும் போது வட்டி வீதம் 8% என்று வைத்துக் கொள்வோமானால் இந்த 8% வட்டி வீதத்தில் சேமிப்பும், முதலீடும் இணைந்துள்ளன என்று பொருளாகும். பொதுவாக வருமானம் உயரும் போது சேமிப்பு மிகுதியாக இருக்கும். ஆகவே, வட்டி வீதம் குறையும். எனவே, வருமானம் உயரும் போது வட்டி வீதம் இறங்கும் என்பது தெளிவாகும்.

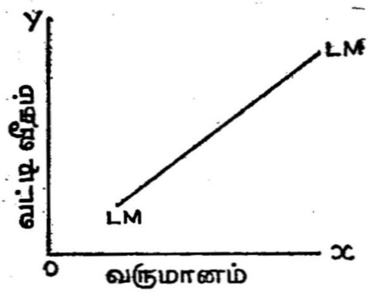
வருமானம் அதிகரிக்கும் போது சேமிப்பும் முதலீடும் குறைந்த வட்டி வீதங்களிலேயே அமைகின்றன. எனவே, அவைகளை ஒன்றுகச் சேர்க்கும் போது மேலே உள்ள IS கோடு கிடைக்கின்றது. இந்த IS கோடு சேமிப்பு முதலீட்டுக் கோடாகும்.



படம் 99

பண அளிப்பும், நீர்மை விருப்பத் தேர்வும் எவ்வாறு உண்டாகின்றன. அவைகள் எந்த வீதத்தில் இணைகின்றன என்பதனைக் கீன்சு பிரபுவின் கோட்பாட்டின் மூலம் நாம் அறிந்திருக்கின்றோம். இவைகளை வருமானத்துடன் ஒப்பிட்டுப்

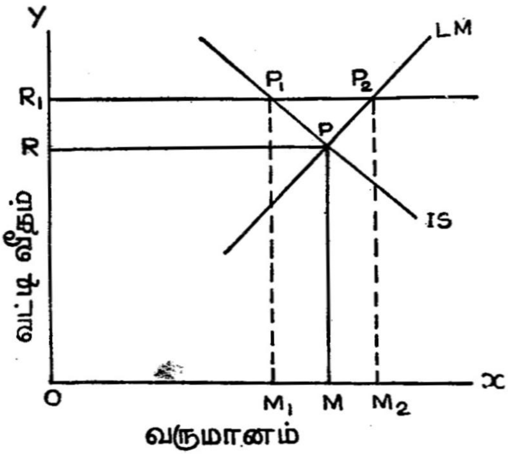
பார்க்க வேண்டும். வருமானம் உயரும் போது மக்களுடைய ரொக்க (நீர்மை) விருப்பு அதிகமாகின்றது. எனவே, வட்டி வீதம் உயர்வாகின்றது. கீழே உள்ள வரைபடத்தைக் காண்க.



படம் 100

நீர்மை விருப்பு மக்களின் வருமான அளிப்பு உயரும் போது அதிகமாவதினால் வட்டி வீதமும் அதிகரிக்கின்றது. எனவே, LM கோடு அதாவது பணம் — நீர்மை விருப்பக் கோடு மேல் நோக்கிச் செல் கின்றது.

நமக்கு இரு கோடுகள் கிடைத்துள்ளன. அதாவது சேமிப்பு—முதலீடு கோடு (IS), பணம்—நீர்மை விருப்பத் தேர்வுக் கோடு (LM) இவைகளை வைத்து வட்டி வீதத்தை நம்மால் நிருணயிக்க இயலும். கீழே உள்ள வரைபடத்தைக் காண்க.



படம் 101

வரைபடத்தில் OY என்ற அச்சு வட்டி வீதத்தையும் OX என்ற அச்சு வருமானத்தையும் குறிக்கின்றன. IS என்ற சேமிப்பு முதலீட்டுக் கோடு கீழ்நோக்கிச் சரிந்து செல்லு

கின்றது. LM என்ற பண நீர்மை விருப்பத் தேர்வுக் கோடு மேல் நோக்கிச் செல்லுகின்றன. இக்கோடுகள் இரண்டும் P என்ற இடத்தில் சமமாகின்றன. எனவே, PM அல்லது OR என்பது வட்டி வீதமாகும். P என்ற இடத்தில் இருமுகச் சமநிலை (Two fold equilibrium) உண்டாகின்றது. தெளிவாகச் சொல்ல வேண்டுமானால் OM அளவு வருமானத்தில் சேமிப்பும் முதலீடும் மட்டுமின்றிப் பணத்தின் அளிப்பும் தேவையும் அப்புள்ளியில் சமமாகின்றன. (P) வேறு எந்தப் புள்ளியிலும் இம்மாதிரியான இருமுகச் சமநிலை ஏற்படுவதில்லை. எடுத்துக்காட்டாக OR_1 என்று வட்டி வீதம் இருக்கும் போது சேமிப்பும் முதலீடும் P_1 என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. ஆனால், அப்புள்ளியில் பணத்தின் தேவையும் அளிப்பும் சமமாவதில்லை. அந்நிலையில் வருமானம் OM_1 ஆகவே இருக்கிறது. எனவே, OR_1 என்ற வட்டி வீதத்தில் பணத்தின் அளிப்பும் தேவையும் (நீர்மை விருப்பு) சமநிலை அடைவதற்கு வருமானம் OM_2 என்ற அளவுக்கு உயரவேண்டும் என்பது தெளிவாகத் தெரிகின்றது.

15. இலாபம்
(Profits)

உற்பத்தி செய்யப்பட்டப் பொருளின் மதிப்பிலிருந்து உற்பத்தி செய்வதற்காகப் பயன்படுத்தப்பட்ட உற்பத்திக் காரணிகளாகிய நிலம், உழைப்பு, முதல் போன்றவைகளின் ஊதியங்களைக் கொடுத்தது போக எஞ்சிய எச்சமே இலாபமாகும். இந்த இலாபமானது தொழில் முயல்வோனையே சாரும். ஏனெனில், தொழில் முயல்வோன் ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு அதற்குத் தகுந்த அளவு நிலம், உழைப்பு, முதல் இவைகளைச் சேர்த்து உற்பத்தியைப் பெருக்குகின்றான். தொழில் முயல்வோன் இல்லாவிடில் இவ்வுற்பத்திக் காரணிகளை ஒன்றாகச் சேர்க்க முடியாது. எனவே, இவ்வுற்பத்திக் காரணிகளுக்காக முறையே வாரம், கூலி, வட்டி இவைகளை உற்பத்தி செய்யப்பட்டப் பொருள்களின் விற்ற விலையிலிருந்து கொடுத்துவிட்டு மீதியைத் தொழில் முயல்வோன் எடுத்துக் கொள்வான். இதுவே இலாபம் எனப்படும் எனவே, உற்பத்திக்காகத் தொழில் முயல்வோன் செய்யும் பணிக்குக் கொடுக்கப்படும் ஊதியமே இலாபமாகும் (Profit is the reward earned by the entrepreneur for his services in production). ஆனால், தொழில் முயல்வோன் பெறுகிற ஊதியமாகிய இலாபம் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் ஊதியத்தைப் போன்று நிலையானதல்ல. நிலத்தை எடுத்துக் கொள்வோமானால் அதற்குரிய வாரத்தை முன்கூட்டியே நிலக்கிழார் நிருணயித்து விடுகிறார். அதே போன்று ஒரு நிலையான அல்லது ஒரு திட்டமிட்டக் கூலியைத் தொழிலாளர்கள் பெறுகின்றனர். அதே போல முதலும் ஒரு குறிப்பிட்டத் தொகையை வட்டியாகப் பெற்றுக் கொள்ளுகின்றது. ஆனால், தொழில் முயல்வோனுக்குக் கிடைக்கின்ற ஊதியம் நிலையற்றதாக இருக்கின்றது. சில சமயங்களில் எதிர்பார்த்த அளவிற்கு மேல் இலாபம் கிடைக்கும். சில நேரங்களில் நட்டத்தை (Negative Income) ஏற்க வேண்டிய நிலை ஏற்படும். மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளை வாரத்திற்கு, கூலிக்கு, வட்டிக்குப் பெற்றுக் கொள்ளலாம். ஆனால், அமைப்புத் திறனை ஊதியத்

திற்குப் பெற முடியாது என்பது தெளிவாகிறது. இதனையே டிராபின் (Traffin) என்பவர் இலாபத்திற்கு மூன்று சிறப்பியல்புகள் உண்டு என்று கூறுகின்றார். முதலாவதாக இலாபத்தை மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் கொடுக்கும் ஊதியத்தைப் போல ஒப்பந்தம் செய்து கொள்ள முடியாது. (Profit is non-Contractual) இரண்டாவதாக மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் கொடுத்த ஊதியம் போக எஞ்சி நிற்கும் எச்சமாகும் (Profit is a residual income) மூன்றாவதாக மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் ஊதியத்தைப் போல திட்டவட்டமான ஓர் ஊதியம் அன்று என்று இவர் இலாபத்தின் சிறப்பியல்புகளைக் கூறுகின்றார்.

தொழில் முயல்வோனுக்குக் கிடைக்கின்ற ஊதியம் பல்வேறு வழிகளிலிருந்து வருவதாலும் பொருளியல் வல்லுநர்களுக்கிடையே இலாபத்தைப் பற்றிக் கருத்து வேறுபாடுகள் நிலவுவதாலும், 'இலாபம் கூட்டான தொல்லைப் படுத்துகிற வருவாய்' (Pofiit is a mixed and vexed income) என்று டாசிக் (Tausig) கூறுகிறார். பொதுவாகத் தொழில் ஆரம்பித்த காலங்களில் தொழில் முயல்வோன் நட்டத்தைப் பெறவேண்டியதிருந்தாலும் வருங்காலங்களில் கூடுதலான இலாபத்தைப் பெற வாய்ப்புகள் ஏற்படும்.

மொத்த இலாபம் (Gross Profit)
நிகர இலாபம் (Net Profit)

பொதுவாக விற்ற விலையிலிருந்து வாங்கின விலையைக் கழித்தோமானால் மீதியிருப்பது மொத்த இலாபமாகும். தொழில் நிறுவனங்களை எடுத்துக் கொள்வோமேயானால் மொத்த வருவாயிலிருந்து உற்பத்திக்கான செலவுகளைக் கழித்தால் மீதியிருப்பது மொத்த இலாபமாகும். தெளிவாகக் கூற வேண்டுமானால் மொத்த வருவாயிலிருந்து மொத்தச் செலவைக் கழிக்க மீதி உள்ள தொகை மொத்த இலாபமாகும். இது உண்மையான இலாபம் கிடையாது.

1. ஏனெனில், தொழில் முயல்வோன் தன்னுடைய சொந்த நிலத்தைத் தொழிலுக்கு அளித்து இருக்கலாம். அதே போன்று தொழில் முயல்வோன் தனது முதலைத் தொழிலில் முதலீடு செய்து இருக்கலாம். சில சமயங்களில் அவனே நிர்வாகி (Manager) யாகவும் அந் நிறுவனத்தில் பணி புரியலாம். எனவே, இவைகளுக்கான வாரம், வட்டி, கூலி இவைகளையும் மொத்த இலாபத்திலிருந்து கழித்து விட வேண்டும். அப்போது

தான் உண்மையான அல்லது நிகர இலாபத்தை அறிந்து கொள்ள முடியும்.

2. சில சமயங்களில் தொழில் முயல்வோன் முற்றுரிமை (Monopoly) பெற்றவனாக இருக்கலாம். அவன் செய்யும் தொழில் முற்றுரிமையுள்ளதாக இருப்பதினால் போட்டி ஏற்படுவதில்லை. எனவே, பொருள்களை அதிக விலை வைத்து விற்க முடியும். இந்த இலாபம் தொழில் முயல்வோனின் திறமையினால் வந்தது கிடையாது. எனவே, இம்முற்றுரிமை இலாபத்தை (Monopoly gains) மொத்த இலாபத்திலிருந்து கழித்தாலே நிகரலாபம் எவ்வளவு என்று தெரியும்.

3. சில காலங்களில் எதிர்பாராத இலாபம் (Windfall Profits) தொழில் முயல்வோனுக்குக் கிடைப்பதுண்டு. இந்த இலாபம் தொழில் முயல்வோனின் முயற்சியினால் உருவாக்கப் பட்டதில்லை. எனவே, நிகர இலாபத்தை அறிய மொத்த இலாபத்திலிருந்து எதிர்பாராத இலாபத்தைக் கழிக்க வேண்டும்.

4. இயந்திரங்களின் தேய்மானச் (Depriciation) செலவுகள், கட்டிடங்கள், இயந்திரங்கள் போன்ற தொழில் நிறுவனங்களின் சொத்துகளின் மேல் காப்பீடு செய்வதற்குச் செலுத்தும் கட்டணங்கள் போன்றவைகளையும் மொத்த இலாபத்திலிருந்து கழித்துவிட வேண்டும்.

நிகர இலாபம் (Net Profit)

மொத்த இலாபத்திலிருந்து மேலே கூறிய நான்கு வகையான இனங்களையும் கழித்தபின் கிடைப்பதுவே நிகர இலாபமாகும். இந்நிகர இலாபமானது தொழில் முயல்வோன் உற்பத்திக் காரணிகளை ஒன்றாகச் சேர்த்து உற்பத்தியை உருவாக்குவதினால் அவனுக்குக் கிடைக்கும் ஊதியமாகும். (It is a Reward for Co-ordination of the factors of production). தொழில் முயல்வோன் திட்டமிட்டு வேலையைத் தொடங்குகிறான். வரவையும் உற்பத்திச் செலவையும் திட்டமிட்டுத் தொழிலைத் தொடங்குகிறான். ஆனால், சில சமயங்களில் அவனுடைய திட்டம் தவறாகி விடுவதும் உண்டு. அப்போது இடர்ப்பாடுகளையடைகிறான். எனவே, இடர்ப்பாடுகளைத் தாங்கிக் கொள்வதற்காகத் தொழில் முயல்வோன் பெற்றுக் கொள்வது இலாபமாகும். (Reward for Risk-taking). புதிய உற்பத்தி முறைகளைப் பின்

பற்றுவதற்காகவும் ஊதியம் கிடைக்கின்றது. (Reward for innovation).

இலாபத்தின் வகைகள்

1. *இயல்பு இலாபம்* (Normal Profiit) குறுங்காலத்தில் பொருள்களை நட்டத்திற்கே தொழில் நிறுவனம் விற்க வேண்டியுள்ளது. ஆனால், நெடுங்காலத்தில் ஓர் இயல்பான இலாபத்தை அத்தொழில் நிறுவனம் பெற்றுக் கொள்ளும். அவ்வாறு பெற்றுக் கொள்ள முடியாத போது அத்தொழில் நிறுவனம் பொருள்கள் உற்பத்தி செய்வதையே நிறுத்திவிடும். எனவே, நெடுங்காலத்தில் பொருள்களின் விலையில் இயல்பான இலாபமும் சேர்ந்து இருக்கும். இதனையே திருமதி ஜோான் ராபின்சன் (Mrs. Joan Robinson) புதிய நிறுவனங்கள் உற்பத்தியில் நுழையாத நிலையில், பழைய நிறுவனங்கள் உற்பத்தியை விட்டு விலகாத நிலையில், நிறுவனங்கள் உற்பத்தியைக் கூட்டவோ, குறைக்கவோ விரும்பாத நிலையில் கிடைக்கின்ற வருமானமே இயல்பான இலாபம் என்கிறார். அதாவது சம நிலையில் ஒரு தொழில் இருக்கின்றபொழுது கிடைக்கின்ற இலாபம் இயல்பான இலாபம் என்று கருதப்படும்.

2. *தூய இலாபம்* (Pure Profit) : தொழில் முயல்வோன் பல இடர்ப்பாடுகளைத் தாங்க வேண்டியுள்ளது. அதற்காக அவன் பெறும் ஊதியத்தை இலாபம் எனலாம் என்று பல பொருளியல் வல்லுநர்கள் கூறுகின்றார்கள். இவர்களில் தாமஸ் (Thomas) என்பவரின் கருத்துப்படி தொழில் முயல்வோன் உறுதிப்பாடின்மை (Uncertainties) மற்றும் இடர்ப்பாடுகள் பலவற்றைத் தாங்குகின்றதனால், அவற்றிற்காகக் கிடைப்பதை மட்டுமே தூய இலாபம் என்கிறார். மேலும், இடர்ப்பாடுகளையும் உறுதியின்மையையும் மற்ற நிர்வாகியிடமோ அல்லது மற்றவர்களிடமோ மாற்றி விட முடியாது. எனவே, இக் காரியங்களுக்காகத் தொழில் முயல்வோன் பெறும் இலாபத்தைத் தூய இலாபம் என்று கூறலாம்.

சமதர்ம நாடுகளில் (Socialistic Countries) உற்பத்தியை அரசே ஏற்று நடத்துகின்றன. ஆனால், பொருள்களை உற்பத்திச் செலவிற்கும் மேலாக அதாவது இலாபத்துடனேயே விற்பனை செய்கின்றன. எனவே, சமதர்ம நாட்டிலும் பொருள்களை இலாபத்துடனேயே விற்கின்றனர். ஆனால், கிடைக்கின்ற இலாபம் திரும்பவும் மக்களுக்காக, அவர்களுடைய நலனுக்காகவே செலவிடப்படுகின்றது.

இலாபத்தின் வாரக் கோட்பாடு
(Rent Theory of Profit)

அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுநரான வாக்கர் (Walker) என்பவரால் இக்கோட்பாடு உருவாக்கப்பட்டது. நிலத்தின் வாரத்தை உற்பத்தியில் பயன்படுத்துவதற்காக வாரம் கொடுக்கப்படுகிறது. அது போல தொழில் முயல்வோனின் திறமையை உற்பத்தியில் பயன்படுத்துவதால் அவனுக்குக் கிடைக்கும் வருமானமே இலாபமாகும். வாக்கரின் கூற்றுப்படி இலாபம் திறமையின் வாரமாகும் (Profit is the rent of ability) இவருடைய கோட்பாடு ரிக்கார்டோவின் வாரக் கோட்பாட்டையும் இணைத்துள்ளது. நிலத்தின் வாரத்தைக் கொண்டு நிலங்களைப் பல தரமுள்ள (grades) நிலங்களாகப் பிரிக்கலாம். அது போல தொழில் முயல்வோர்களையும் அவரவர் திறமைக்குத் தக்கபடி பிரிக்கலாம். நிலத்தின் தரத்திற்கேற்ப வாரமும் வேறுபடுவது போல தொழில் முயல்வோரின் திறமைக்கேற்ப இலாபமும் மாறுபடுகின்றது. வளமுள்ள நிலத்திற்கு அதிகமான வாரம் கிடைக்கும். அதே போன்று மிகவும் திறமையுள்ள தொழில் முயல்வோன் தன்னுடைய திறமையினால் உற்பத்தியைப் பெருக்கிச் செலவைக் குறைத்து அதிக இலாபத்தை ஈட்டுகின்றான்.

ரிக்கார்டோவின் வாரக் கோட்பாட்டில் 'வாரமிலி' நிலம் என்பது உண்டு என்றும் அதன் இறுதிநிலை உற்பத்தி அதற்கான செலவுக்குச் சமமாக இருப்பதனால் வாரம் கிடைப்பதில்லை என்றும் நாம் படித்து இருக்கின்றோம். அதேபோல இலாபத்தை அடைய முடியாத இறுதிநிலைத் தொழில் முயல்வோரும் இருக்கின்றார்கள். அவர்களால் உற்பத்தி செய்யப்பட்டப் பொருள்களின் வருமானமானது அப்பொருள்களின் உற்பத்திச் செலவுக்கே சமமாக இருப்பதனால் இத்தொழில் முயல்வோர்கள் வாரமிலி நிலத்தைப் போலவே இலாபம் ஈட்ட முடியாதவர்களாகவே இருக்கின்றார்கள். எனவே, இறுதிநிலைத் தொழில் முயல்வோரை 'இலாபமிலாத் தொழில் முயல்வோர்' (No-Profit entrepreneur) என்று கூறலாம்.

வளமுள்ள நிலங்களின் வாரத்தை 'வாரமிலி' அல்லது இறுதிநிலை நிலத்தின் உற்பத்தித் திறனிலிருந்து கணக்கிடுகிறோம். இறுதிநிலை நிலத்தின் உற்பத்தித் திறனுக்கும் வளமான நிலத்தின் உற்பத்தித் திறனுக்கும் உள்ள வேறுபாடே வளமுள்ள அந்த நிலத்தின் வாரமாகும். அதுபோலவே இறுதி

நிலைத் தொழில் முயல்வோனின் திறமைக்கும் திறமையுள்ள தொழில் முயல்வோனின் திறமைக்கும் உள்ள வேறுபாடே திறமையுள்ளவன் பெற்றுக் கொள்ளும் இலாபமாகும்.

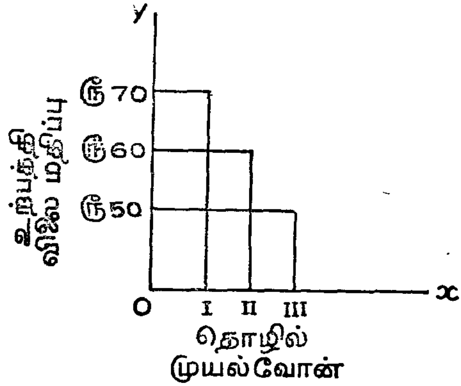
நிலத்தினுல் உற்பத்தி செய்யப்பட்டப் பொருள்களின் விலை வாரமிலி நிலத்தின் உற்பத்திச் செலவைப் பொறுத்துள்ளதாகும். வாரமிலி நிலம் வாரத்தைப் பெறுவதில்லை. எனவே, வாரமானது விலையில் அடங்காத ஒன்ருகும். அதே போன்று தொழில் முயல்வோரினுல் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களின் விலையை இறுதிநிலைத் தொழில் முயல்வோனின் உற்பத்திச் செலவை வைத்தே நிருணயிக்கிருர்கள். ஆனுல், இறுதி நிலைத் தொழில் முயல்வோன் இலாபம் ஈட்டிக் கொள்வதில்லை. எனவே, இலாபமானது விலையில் அடங்காத ஓர் இனமாகும். (Profit is not price determining but price-determined).

நிலம் இயற்கையின் செல்வமாகும். அதன் பரப்பை அதிரிக்க முடியாது. எனவே, நிலத்தின் அளிப்புக் குறுங்காலத்தில் மட்டுமின்றி நெடுங்காலத்திலேயும் (long-run) நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்கும். ஆகையால் வாரம் குறுங்காலத்தில் மட்டுமின்றி நெடுங்காலத்திலேயும் உண்டாகக் கூடிய ஒன்ருகும். ஆனுல், தொழில் முயல்வோனின் அளிப்புக் குறுங்காலத்தில் மட்டும் நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருக்கும். எனவே, குறுங்காலத்தில் மட்டுமே அவர்கள் இலாபம் ஈட்ட முடிகிறது. நெடுங்காலத்தில் தொழில் முயல்வோனின் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியுள்ளதாக அமைவதனுல் நிறைவுப் போட்டி ஏற்படுகிறது. எனவே, நெடுங்காலத்தில் இலாபம் ஏற்பட முடியாமல் போய்விடுகிறது. ஆகையால், தொழில் முயல்வோனுக்குக் குறுங்காலத்தில் இலாபம் கிட்டுகிறது என்றும் நெடுங்காலத்தில் நிறைவுப் போட்டியின் காரணமாக இலாபம் மறைந்து விடுகிறது என்றும் பொருளியல் வல்லுநர் வாக்கர் கூறுகின்ருர். (Profit is earned only in the short run, it tends to disappear under conditions of competition in the long run).

வாக்கரின் இலாப வாரக் கோட்பாட்டினை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் விளக்கலாம்.

மூன்று விதமான தொழில் முயல்வோனை எடுத்துக் கொள்வோம். முதல் மனிதன் (I) மிகவும் திறமையுள்ள தொழில்முயல்வோன் இரண்டாமவன் (II) சுமாரான தொழில் முயல்வோன். மூன்ருமவன் வாக்கரின் முறைப்படி இலாபமிலாத் தொழில்

முயல்வோன். இலாபமிலாத் தொழில் முயல்வோனின் இறுதி நிலை உற்பத்தித் திறனும் செலவும் சமமாக இருக்கின்றது.



படம் 102

எனவே, இலாபம் கிட்ட இவனுக்கு வழியில்லை. ஆனால், இரண்டாவது தொழில் முயல்வோனின் உற்பத்திச் செலவாகிய ரூபாய் 50 ஐ விட அதிகமாக இருப்பதனால் ரூபாய் 10 இலாபம் பெறுகிறான். முதல்தரத் தொழில் முயல்வோனின் உற்பத்தித் திறன் மிகவும் அதிகமாக உள்ளதால் ரூபாய் 20 அடைகின்ற இலாபமாகும். எனவே, திறமைக்கு ஏற்றபடி இலாபம் அடைகிறார்கள்.

குறைகள்

1. இக்கோட்பாடு தொழில் முயல்வோனின் முக்கியப் பணிகளான இடர்ப்பாடுகளைத் தவிர்த்தல், ஆபத்து ஏற்புப் போன்றவைகளைப் பற்றி யாதொரு கருத்தும் தெரிவிக்கவில்லை.

2. நடைமுறையில் இலாபம் பெறாத தொழில் முயல்வோன் ஒருவன் கிடையாது. நிருவாகத்திற்கு (Management) மட்டுமே ஊதியம் கிடைக்கும் என்றால் எவனும் தொழில் முயல்வோன் ஆகமாட்டான். ஏனெனில், இடர்ப்பாடுகள், ஆபத்துகள் போன்றவைகளை இலாபமின்றி எவனும் ஏற்றுக் கொள்ள மாட்டான். வேறு தொழிலுக்குச் சென்றுவிடுவான்.

3. இக் கோட்பாட்டின்படி திறமைக் கேற்ற ஊதியமே இலாபம் என்று தெரிகிறது. கூட்டுப் பங்கு நிறுவனங்களில் (Joint Stock Company) சாதாரணப் பங்குதாரர்கள் சமமான

வீதத்தில் இலாபம் பெறுவதற்கானக் காரணத்தை இக்கோட்பாடு விளக்கவில்லை.

4. வாரத்தை இலாபத்தோடு சேர்த்துப் பேச முடியாது. ஏனெனில், நிலங்கள் வாரமிலி நிலங்களாகவோ அல்லது வாரம் தரக்கூடிய நிலங்களாகவோதான் அமையும். எதிர்மறை (Negative) வாரம்தரக்கூடிய நிலங்கள் ஒன்றும் கிடையாது. ஆனால், தொழில் முயல்வோனின் இலாபமானது நிலையான ஒன்று அல்ல. தொழில் முயல்வோரைப் பொறுத்தவரையிலும் இலாபமானது அதிகமாகவும் கிடைக்கலாம். எதிர்மறையாகவும் (நட்டமாகவும்) இருக்கலாம்.

5. தொழில் முயல்வோனின் திறமையை மட்டும் பொறுத்து அமைவது அல்ல இலாபம். எதிர்பாராத காரணங்களினால் தொழிலில் முற்றுரிமை (Monopoly) ஏற்படுவதினாலும் இலாபம் ஏற்படும்.

6. இலாபம் குறுங்காலத்தில் விலையோடு சேராதிருக்கலாம். ஆனால், நெடுங்காலத்தில் இலாபமும் விலையில் சேர்ந்திருக்க வேண்டும். இல்லையேல் தொழில் முயல்வோன் அத்தொழிலை மூடிவிட வேண்டிய நிலை ஏற்படும்.

இலாபத்தின் கூலிக் கோட்பாடு

(Wages Theory of Profit)

இக்கோட்பாட்டை அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுநர்களான தேவன் போர்ட் (Devan port), டாசிக் (Tauasig) ஆகியோர் உருவாக்கியுள்ளனர். 'இலாபம் தொழில் முயல்வோனுக்குக் கொடுக்கப்படும் கூலியாகும். இக்கூலி அவனுடைய தனித் திறமைக்காகக் கிடைக்கின்றது' என்று டாசிக் கூறுகின்றார். (Profit is the wage of the entrepreneur which accrues to him on account of his special ability).

இக்கோட்பாட்டில் டாசிக் தொழில் முயல்வோனைத் தொழிலாளியுடன் இணைத்துக் காட்டுகின்றார். தொழிலாளி தன்னுடைய உடல் உழைப்பின் மூலம் உற்பத்தியைப் பெருக்குகின்றான். ஆனால், தொழில் முயல்வோன் மூளை உழைப்பால் (Mental Work) உற்பத்தியைப் பெருக்குகின்றான். இருவரும் உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்கு உழைக்கின்றார்கள். எனவே, தொழிலாளிக்குக் கிடைக்கும் ஊதியம் கூலி எனப்படும். தொழில் முயல்வோனுக்குக் கிடைப்பது இலாபம் எனப்படும்.

தொழில் முயல்வோன் தொழிலாளியைவிடத் தனித் திறமை பெற்றவனாக இருந்தாலும் இருவரும் பொருளின் ஆக்கத்திற்காக உழைக்கிறார்கள். எனவே, உழைப்பிற்காகக் கொடுக்கப் படுவதுதான் கூலியும் இலாபமும் என்று இக்கோட்பாடு எடுத்துக் கொள்கிறது.

குறைகள்

இலாபம் என்பது கூலியிலிருந்து பல காரணங்களினால் வேறு பட்டுள்ளது. இதை டாசிக் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ள வில்லை.

1. கூலி என்பது ஓர் உறுதியான கூலியாகும். ஆனால், இலாபம் என்பது அவ்வாறு உறுதியான ஒன்று அல்ல. சில காலங்களில் எதிர்பார்ப்பதற்கும் அதிகமானபடி இலாபம் கிடைக்கலாம். சில காலங்களில் இலாபம் எதிர்மறையாகவும் (நட்டமாகவும்) ஆகலாம். எனவே, இலாபம் ஒரு நிலையான ஊதியம் அன்று. மேலும் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளுக்குரிய ஊதியங்களான வாரம், கூலி, வட்டி போன்றவைகளை வருமானத்திலிருந்து கொடுத்தது போக எஞ்சி நிற்கும் எச்சமே இலாபமாகும். (Wage is a contractual income. But profit is a residual income).

2. தொழில் முயல்வோன் தொழிலில் ஏற்படும் இடர்ப்பாடு களை ஏற்றுக் கொள்கின்றான். ஆனால், தொழிலாளி தொழிலில் ஏற்படும் எவ்வித இடர்ப்பாடுகளையும் ஏற்றுக் கொள்வதில்லை.

3. தொழில் முயல்வோன் எதிர்பாராத இலாபங்களையும் (Windfall profits) பெற்றுக் கொள்கிறான். ஆனால், தொழிலாளி நிலையான ஒரு தொகையை மட்டுமே பெற்றுக் கொள்கின்றான். அத் தொகைக்குமேல் தொழிலாளி கூலி பெறமுடிவதில்லை.

4. கூலி நிலையான ஒன்றாக இருப்பதினால் முன்கூட்டியே தொழிலாளிக்கு அவனுடைய கூலி தெரிந்துவிடுகிறது. இலாபத்தை அவ்வாறு கணக்கிட்டு முன் கூட்டியே சொல்ல முடியாது.

5. தொழில் முயல்வோர்களுக்குள் நிறைகுறைப் போட்டி ஏற்படுவதனால் இலாபம் வளர்ந்து செல்ல வாய்ப்புகள் ஏற்படு கின்றன. ஆனால், தொழிலாளிகளுக்கிடையே நிறைகுறைப் போட்டி ஏற்படும்போது கூலி குறைந்து செல்லக் கூடிய நிலை உருவாகின்றன.

6. குறுங்கால விலை இலாபத்தை ஈடுகட்ட வேண்டிய அவசியம் கிடையாது. நெடுங்கால விலை இலாபத்தை ஈடு செய்ய முடியாமற் போகும் போதுதான் தொழில் நிறுவனத்தை மூட வேண்டியதிருக்கிறது. ஆனால், குறுங்கால விலை கூலியை ஈடுகட்டக் கூடியதாக இருக்க வேண்டும்.

எனவே இலாபம் கூலியின் வகையையே சார்ந்தது என்று சொல்லுவது பொருந்தாத ஒன்றாகும்.

ஆபத்து ஏற்புக் கோட்பாடு
(Risk Bearing Theory of Profit)

இக்கோட்பாட்டினை அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுநரான ஹாலி (Hawley) என்பவர் 1907 ஆம் ஆண்டு உருவாக்கியுள்ளார். தொழில் முயல்வோன் இடர்ப்பாடுகளைத் தாங்கிக் கொள்ளும் பணிக்காகக் கைம்மாறாகப் பெறுவதே இலாபம் என்பது இக்கோட்பாட்டின் அடிப்படைக் கருத்தாகும். (Profit is the reward to the entrepreneur for this function of risk-bearing).

தொழில் முயல்வோன் தேவையை எதிர்பார்த்து (In anticipation of demand) பொருள்களை உற்பத்தி செய்கிறான். அவன் எதிர்பார்த்ததை விட விற்பனைக் குறையும்போது நட்டம் ஏற்படுகின்றது. இந்த இடர்ப்பாட்டை அவனே ஏற்றுக் கொள்ள வேண்டியதுள்ளது. உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களின் செலவு விலையைக் காட்டிலும் அதிகமாக இருக்கும் போதும் இடர்ப்பாடு உண்டாகின்றது. நுகர்வோரின் விருப்பம் காரணமாகப் பொருள்கள் சில நேரங்களில் தேங்கி விடக்கூடும். இந்த நிலையிலும் இடர்ப்பாடு ஏற்படுகின்றது. ஒழுங்காகக் கச்சாப் பொருள்கள் கிடைக்காததாலும், தொழிலாளிகளின் வேலை நிறுத்தத்தினாலும் இயந்திரங்களின் கோளாறுகள் காரணமாகவும் தொழில் முயல்வோனுக்குப் பல இன்னல்கள், இடர்ப்பாடுகள் ஏற்படக்கூடும். இந்த இடர்ப்பாடுகளை ஏற்றுக் கொள்பவனே தொழில் முயல்வோனாவான். இவ்விடர்களை ஏற்றுக் கொள்வதற்காக அவன் பெறுகின்ற கைம்மாறே இலாபமாகும். இடர்ப்பாடுகளுக்கேற்றக் கைம்மாறு கிடைக்கவில்லையெனில் தொழில் முயல்வோன் அப்பணியைச் செய்ய முன் வரமாட்டான். எனவே, இடர்ப்பாடுகள் அதிகமாக உள்ள தொழில்களில் அதிகமான இலாபத்தைக் கைம்மாறாகவும், இடர்ப்பாடுகள் குறைவாக உண்டாகக் கூடிய தொழில்களில்

குறைந்த இலாபத்தைக் கைம்மாருகவும் தொழில் முயல்வோர் கள் பெருகின்றனர். எனவே, இலாப வீதம் இடர்ப்பாடுகளை ஒட்டி அமைகிறது எனலாம்.

குறைகள்

1. தொழில் முயல்வோனின் ஒரு தொழிலை ஆரம்பித்து, உற்பத்திக் காரணிகளைச் சரியாக இணைத்து, எல்லா வேலைகளை யும் ஒழுங்குபடுத்தி உற்பத்தியைப் பெருக்குகிருன். இவ் வேலைகளுக்காகவும் இலாபம் கொடுக்கப்படுகின்றதே யொழிய இடர்ப்பாடுகளை மட்டும் விளக்குவதற்கு அல்ல.

2. பொருளியல் வல்லுநர் கார்வர் (Carver) இடர்ப்பாட்டை ஏற்பதற்காக இலாபம் கொடுக்கப்படுவதில்லை என்றும், தொழில் முயல்வோன் தன்னுடைய திறமையினுல் இடர்ப்பாட்டை 'விலக்குவதற்கே' இலாபம் கிடைக்கின்றது என்றும் கூறுகின்ருர்.

3. இக்கோட்பாடு இடர்ப்பாட்டிற்கேற்றபடி இலாபம் அமை கிறது என்று கூறுகிறது. அதாவது இடர்ப்பாடுகள் அதிக மாகும்போது இலாபம் அதிகரிக்கும். இடர்ப்பாடுகள் குறை வாக ஏற்படும்போது இலாபம் குறையும் என்பது இக்கோட்பாட் டின் கருத்து. நடைமுறையில் இலாபம் இவ் விடர்ப்பாடுகளை ஒட்டி அமைவதில்லை.

4. இடர்ப்பாடுகளை இருவகையாகப் பிரிக்கலாம் என்று அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுநர் நைட் (knight) கூறுகின்ருர். காப்பீடு இடர்ப்பாடு (Insurable Risk) 'காப்பீடு செய்யாத இடர்ப்பாடு' (Uninsurable Rish) என்று இரண்டுவகையாகப் பிரிக்கலாம். தீ, விபத்து போன்றவைகளினுல் ஏற்படும் இடர்ப்பாடுகளைக் 'காப்பீட்டுத் தொழிலகங்கள்' (Insurance Companies) ஈடு செய்ய சித்தமாயுள்ளன. காப்பீடு செய்து கொள்வதின் மூலம் இவ்விடர்ப்பாடுகளைத் தவிர்க் கலாம். அடுத்ததாக விலை ஏற்ற இறக்கத்தால் உண்டாகக் கூடிய இடர்ப்பாடுகள் காப்பீடு செய்ய முடியாத இடர்ப்பாடு களாகும். இந்த மாதிரியானக் காப்பீடு செய்ய முடியாத இடர்ப் பாடுகளையே தொழில் துணிவோன் ஏற்றுக் கொள்கிருன்.

உறுதியின்மை ஏற்புக் கோட்பாடு

(Uncertainty—beariny Theory of Profit)

'ஆபத்து ஏற்புக் கோட்பாட்டில்' சில மாறுதல்களைச் செய்து இக்கோட்பாட்டினை அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுந

ரான நைட் (Knight) உருவாக்கியுள்ளார். இக்கோட்பாட்டின்படி உறுதிப்பாடின்மையை ஏற்றுக் கொள்வதற்காகக் கொடுக்கப்படும் கைம்மாறே இலாபம் எனப்படும். (Profit is the reward for bearing uncertainties).

ஆபத்துகளை அல்லது இடர்ப்பாட்டை நைட் இருவகைகளாகப் பிரிக்கின்றார். ஒன்று 'எதிர்பார்க்கும் இடர்கள்' அல்லது 'முன்னுணரக் கூடிய இடர்கள்' (Foreseable Risks) திருட்டு, இறப்பு, விபத்து, தீ இவைகளினால் ஏற்படக்கூடிய இடர்களைக் காப்பீட்டின் மூலம் தவிர்க்க முடியும். எனவே, இவைகளைக் 'காப்பீடு இடர்ப்பாடுகள்' (Insurable Risks) என்றும் கூறலாம். இந்த இடர்ப்பாட்டிற்காகக் காப்பீட்டுத் தொழிலகங்கள் இருக்கின்றன. இவ்விடர்ப்பாட்டிற்காக ஏற்படும் காப்பீட்டுச் செலவுகளை உற்பத்திச் செலவுடன் சேர்த்துக் கொள்ளலாம். காப்பீட்டுத் தொழிலகங்கள் இவ்விடர்ப்பாடுகளை ஏற்றுக் கொள்கின்றன.

சில இடர்ப்பாடுகளை நாம் முன்னுணர முடிவதில்லை. இவைகளை 'எதிர்பார்க்க முடியாது இடர்ப்பாடுகள்' (Unenforceable Risk) எனலாம். மேலும், இவ்விதமான இவ்விடர்ப்பாடுகளுக்காகக் காப்பீடும் செய்ய முடியாது. எனவே, இவ்விடர்ப்பாடுகளைக் 'காப்பீடு செய்யாத இடர்ப்பாடுகள்' (Uninsurable Risks) என்றும் கூறலாம். இந்த இடர்ப்பாடுகளையே பொருளியல் வல்லுநரான நைட் 'உறுதியின்மை இடர்ப்பாடுகள்' என்கிறார். இவ்விடர்ப்பாடுகளைக் காப்பீட்டுத் தொழிலகங்கள் ஈடு செய்ய முன்வருவதில்லை. எனவே, தொழில் முயல்வோன் இந்த உறுதியின்மையைத் தாங்குகிறான். இவ்வாறு உறுதிப்பாடின்மையை ஏற்றுக் கொள்வதற்காகத் தொழில் முயல்வோன் பெறுகின்ற கைம்மாறே இலாபம் எனப்படும் என்கிறார் நைட். இவ்வித இடர்ப்பாடுகள் புதிய உற்பத்தி முறைகள், புதிய இயந்திரக் கண்டுபிடிப்புகள், புதிய போட்டியாளர்களிடையே ஏற்படும் குழப்பங்கள், நுகர்வோரிடையே காணப்படும் மாற்றங்கள் பொருளாதார மாறுதல்கள் போன்றவைகளைக் குறிக்கும்.

உறுதிப்பாடின்மையை ஏற்பதை ஒரு தனி உற்பத்திக் காரணியாகவே நைட் கருதுகின்றார். ஏனெனில், இவ்வேலையை மேற்கொள்ளத் தயங்கும்போது உற்பத்தி பாதிக்கும். எனவே, இதையும் ஓர் உற்பத்திக் காரணி என்றே கருதலாம் என்கிறார். உறுதிப்பாடின்மையின் ஏற்பும் இலாபமும் நேர்விகிதமானது

என்று கூறுகின்றார். உறுதிப்பாடின்மை அதிகமாக உள்ள தொழில்களில் இலாபமும் அதிக அளவாகவும் உறுதிப் பாடின்மை முறைவாக உள்ள தொழில்களில் இலாபம் குறைந்து காணப்படும் என்று நைட் கூறுகின்றார்.

குறைகள்

1. எல்லாத் தொழிலிலும் உறுதிப்பாடின்மை உள்ளது. எல்லாத் தொழில் நிறுவனங்களும் இலாபம் அடைவதில்லை. எனவே, தொழில் முயல்வோன் உறுதிப்பாடின்மையை ஏற்றுக் கொண்ட போதிலும் சில தொழில்களில் நட்டம் ஏற்படுவதை நாம் நடைமுறையில் பார்க்கிறோம்.

2. உறுதியின்மை ஏற்பை ஒரு தனி உற்பத்திக் காரணி யாகக் கொள்ள முடியாது. உறுதியின்மை ஏற்புத் தொழில் முயல்வோனின் பணிகளில் ஒன்றாகும்.

3. தொழில் முயல்வோன் வேறு மூன்று பணிகளையும் செய் கிறான். அதாவது தொடங்குவது, உற்பத்திக் காரணிகளை இணைப்பது, வேலைகளை ஒழுங்குபடுத்துவது போன்றவை களாகும். எனவே, தொழில் முயல்வோன் உறுதியின்மையை ஏற்பதால் மட்டுமின்றி மேலே சொன்ன மேலும் மூன்று விதமானப் பணிகளைச் செய்வதாலும் அவன் கைம்மாறாக இலாபத்தைப் பெறுகிறான்.

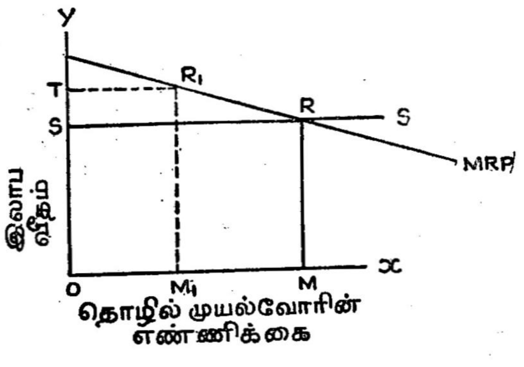
இலாபத்தின் இறுதிநிலை விளைத்திறன் கோட்பாடு
(Marginal productivity theory of profit)

இலாபத்தை இறுதிநிலை ஆக்கத் திறனைக் கொண்டு நிருண யிக்கலாம் என்பதே இக்கோட்பாட்டின் அடிப்படைக் கருத் தாகும். உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவை அவைகளின் இறுதி நிலை உற்பத்தித் திறனைப் பொறுத்துள்ளது என்பது நமக்குத் தெரியும். தொழிலாதிபத்தியத்திலும் (entrepreneurship) இக் கருத்துச் செயற்படும். தொழிலாதிபத்தியத்தில் தொழில் முயல்வோனின் தேவை இறுதிநிலை விளைதிறனைப் பொறுத் துள்ளதாகும். ஆனால், நம் தனி நிறுவனத்தின் தொழில் முயல்வோனின் இறுதிநிலை விளைதிறனைக் கணக்கிடுவது முடியாத ஒன்றாகும். நிலம், உழைப்பு, முதல் இவைகளின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் நாம் எளிதில் கணக்கிட முடியும். ஆனால், ஒரு தனி நிறுவனத்தில் ஒரே ஒரு தொழில் முயல்வோனே இருப்பதனால் அவரது இறுதிநிலை உற்பத்தித்

திறனைக் கணக்கிட முடிவதில்லை. ஆனால், ஒரு தொழிலிலுள்ள தொழில் முயல்வோர்களின் தொகையை மாற்றுவதன் மூலம் இறுதிநிலை விளைதிறனைக் கணக்கிடலாம். இக்கோட்பாடு எல்லாத் தொழில் முயல்வோர்களும் ஓரியல்பானவர்கள் (Homeogeneous) என்ற எடுகோளினால் அமைந்துள்ளது. எனவே, ஒரு தொழிலில் தொழில் முயல்வோரின் எண்ணிக்கையை மாற்றுவதன் மூலமும், தொழில் முயல்வோர்கள் ஓரியல்பானவர்களாக இருப்பதன் மூலமும் நாம் தொழில் முயல்வோனின் இறுதிநிலை ஆக்கத் திறனைக் கணக்கிட முடிகிறது.

ஒரு தொழிலில் தொழில் முயல்வோனின் தேவை அவர்களின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனுக்கு ஏற்ப அமையும். இத்தேவைக்கோடு இடமிருந்து வலமாகக் கீழ்நோக்கிச் சரியும். ஏனெனில், தொழில் முயல்வோரின் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும் போது தனியொரு தொழில் முயல்வோன் பெறுகிற இலாபம் குறைந்து கொண்டே செல்லும்.

இக்கோட்பாடு எல்லாத் தொழில் முயல்வோரும் ஒரே தன்மையுள்ளவர்கள் அல்லது ஓரியல்புள்ளவர்கள் என்ற எடுகோளினால் அமைந்துள்ளது. எனவே, எல்லோரும் ஒரே இலாபத்தையே பெறமுடியும். ஏனெனில், எல்லோரும் ஒரே தகுதியுடையவர்கள். ஆகவே, அவர்களின் அளிப்புக் கோடு படுகிடையாய் அமையும். இதனை ஒரு வரைபடத்தின் மூலம் அறிந்து கொள்ளலாம்.



படம் 103

வரைபடத்தில் OX என்ற அச்சுத் தொழில் முயல்வோனின் எண்ணிக்கையையும் OY என்ற அச்சு இலாப வீதத்தையும் காட்டுகின்றது. தொழில் முயல்வோர் ஒரே தகுதியுள்ளவர்

களாய் இருப்பதால் அவர்களின் இலாபமும் ஒரேயளவாய் இருக்கிறது. எனவே, SS என்ற தொழில் முயல்வோரின் அளிப்புக் கோடு படுக்கையாக அமைந்துள்ளது. தொழில் முயல்வோரின் எண்ணிக்கை அதிகமாகும்போது அவர்களின் இலாபம் குறைந்து செல்லும். எனவே, MRP என்ற கோடு இடப்புறமிருந்து வலமாகக் கீழ்நோக்கிச் செல்லுகின்றது. இக்கோடுகள் இரண்டும் R என்ற புள்ளியில் சந்திப்பதனுல் OS அல்லது RM அளவு இலாபம் அடைகிருர்கள். குறுங்காலத்தில் தொழில் முயல்வோரின் அளிப்பு OM_1 ஆகவே, பயன்படுவதினுல் அவர்கள் OT அளவு இலாபம் பெறுகிருர்கள். குறுங்காலத்தில் தொழில் முயல்வோனின் அளவு குறைவாக உள்ளதால் இயல்பான இலாபத்தை (Normal profit) விட அதிகமான இலாபத்தை அடைய முடிகிறது. குறுங்காலத்தில் ST அளவு அதிக இலாபம் கிடைக்கின்றது. இதற்கு இயல்பு கடந்த இலாபம் (Abnormal profit) என்று கூறுவார்கள். இந்த இயல்பு கடந்த இலாபம் நெடுங்காலத்தில் மறைந்து இயல்பான இலாபத்தையே தொழில் முயல்வோர் பெறமுடியும். ஏனெனில், நெடுங்காலத்தில் தொழில் முயல்வோரின் எண்ணிக்கை அதிகரித்து விடுகின்றன. இவை நிறைவுப் போட்டி தொழில் முயல்வோரிடையே காணப்படுகிறது என்ற எடுகோளின் பேரில் அமைந்துள்ளது. நிறைவுப் போட்டியில் நெடுங்காலத்தில் இயல்பான இலாபம் கிடைப்பதற்கு (1) பொருள்களின் விலை அதன் சராசரி உற்பத்திச் செலவுக்கும், இறுதிநிலை உற்பத்திச் செலவுக்கும் சமமாகவும் (2) உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் கொடுக்கப்படும் விலை அதன் சராசரி உற்பத்தித் திறனுக்கும் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனுக்கும் சமமாகவும் அமைவதே காரணங்களாகும். நிறைகுறைப் போட்டியில் தொழில் முயல்வோன் இயல்பு கடந்த இலாபத்தைக் (Abnormal profit) குறுங்காலத்தில் மட்டுமின்றி நெடுங்காலத்திலும் பெற்றுக் கொள்கிருன். ஏனெனில், உற்பத்தி செய்யப்பட்டப் பொருள்களின் விலை உற்பத்திச் செலவைவிட அதிகமாக இருக்கும். மேலும், உற்பத்திக் காரணிகளுக்குக் கொடுக்கப்படும் விலை அதன் சராசரி உற்பத்தித் திறனைவிட அதிகமாகவும், இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனையும்விட அதிகமாகவும் இருப்பதே காரணங்களாகும்.

குறைகள்

1. இக்கோட்பாடு சிறந்ததெனக் கருதப்பட்ட போதிலும், ஒரு தனி நிறுவனத்தில் உள்ள தொழில் முயல்வோனின் இறுதிநிலை ஆக்கத் திறனைக் கணக்கிட உபயோகிப்பதில்லை.

2. இக்கோட்பாட்டின்படி தொழில் முயல்வோர் யாவரும் ஓரியல்பானவர்கள். எனவே, அவர்களின் இலாபம் ஒரேயளவாக இருக்கும். நடைமுறையில் தொழில் முயல்வோரின் திறமை வேறுபட்டுக் காணப்படுகிறது. இலாபமும் ஒழுங்கின்றி வேறுபட்டு வருவதைப் பார்க்கிறோம்.

3. இக்கோட்பாடு திடீரென்று கிடைக்கும் எதிர்பாராத இலாபத்தைப் (Windfall profit) பற்றி ஒன்றும் விளக்கவில்லை.

4. தொழில் முயல்வோரின் முக்கியப் பணிகளான ஆபத்து ஏற்புத் தொழிலில் உறுதியின்மை ஏற்புப் போன்றவைகளை இக் கோட்பாடு கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளவில்லை.

இலாபத்தின் இயக்க நிலைக் கோட்பாடு

(Dynamic theory of profit)

இக்கோட்பாட்டை உருவாக்கியவர் அமெரிக்கப் பொருளியல் வல்லுநரான கிளார்க் (J. B. Clark) ஆவார். பொருள்களின் விற்பனை விலைக்கும் அப்பொருள்களின் உற்பத்திச் செலவுக்கும் உள்ள வித்தியாசமே இலாபம். உற்பத்திச் செலவுக்கும், விலைக்குமிடையே வேறுபாடுகள் உண்டாக வேண்டும். இவை அசலான நிலையிலிருக்கும் சமுதாயத்தில் (Static state) வேறுபட வழியில்லை. எனவே, சமுதாயத்தில் அசலன நிலை இருக்கும்போது இலாபம் ஏற்படுவதில்லை. சமுதாயம் இயக்க நிலையில் (Dynamic state) இருக்கும்போது உற்பத்திச் செலவுக்கும் விலைக்குமிடையே வேறுபாடுகள் தோன்றுவதனாலேயே இலாபம் உண்டாகின்றது என்பதே இக்கோட்பாட்டின் அடிப்படைக் கருத்தாகும் (Profits arise in a Dynamic State because changes are tacling place).

அசலன நிலையிலிருக்கும் சமுதாயத்தில் வேறுபாடுகள் தோன்றுவதில்லை. எல்லாக் காரியங்களும் தேக்க நிலையிலேயே காணப்படுகின்றன. மாற்றங்களோ அல்லது வேறுபாடுகளோ ஏற்படுவதில்லை. (1) மக்கள் தொகையை எடுத்துக் கொள்வோமேயானால் அங்கே மக்களின் எண்ணிக்கை அதிகரிப்பதில்லை, (2) உற்பத்தியில் யாதொரு மாற்றமும் ஏற்படுவதில்லை. உற்பத்திக் காரணிகளிலும் மாற்றம் ஏற்படுவதில்லை. புதிய பொருள்கள், புதிய கண்டுபிடிப்புகள் இல்லை. (3) மூலதனத்தின் அளிப்பிலும் யாதொரு மாற்றமும் ஏற்படுவதில்லை. (4) தொழில் நிறுவனங்களின் அமைப்பிலும் மாற்றம் ஏதும் கிடையாது. புதிய தொழில் நிறுவனங்கள் அமைக்கப்படுவ

தில்லை. (5) மக்களின் நுகர்வும் அல்லது தேவையும் மாறுவ தில்லை. எனவே, சென்ற ஆண்டு எவ்வாறு மக்கள் தொகை, மூலதனம், தொழில்களின் அமைப்பு, மக்களின் தேவை, பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் முறைகள் முதலியன இருந் தனவோ அவைகளே எவ்வித மாறுபாடுமில்லாமல் நடப்பு ஆண்டிலும் மறுபடி நிகழ்கின்றன. இம்மாதிரியான அசலன நிலையுள்ள சமுதாயத்தில் மக்களின் தேவையைச் சரியாகத் திட்டமிட முடிகிறது. மேலும், தொழில் முயல்வோன் புதியதாக ஆபத்து ஏற்பு, உறுதிப்பாடின்மை ஏற்பு இவைகளுக்குத் தயாராக இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை. எனவே, உற்பத்தி யின் அளிப்பை மக்களின் தேவைக்கேற்பச் சரியாக உருவாக்கு கிறான். நிறைவுப் போட்டியின் காரணமாகப் பொருள்களின் விலையும் அப்பொருள்களின் உற்பத்திச் செலவும் சமமாக இருக்கின்றன. இவைகளுக்கிடையே மாறுதல்கள் இல்லை. விலை உற்பத்திச் செலவைவிட அதிகமாக இருக்கும்போதே இலாபம் ஏற்பட வழியில்லை. எனவே, தொழில் முயல்வோன் அவனுடைய நிருவாகக் கூலியை மட்டும் பெற்றுக் கொள்ள முடிகிறது.

நாம் அசலன நிலையில் உள்ள உலகில் வாழவில்லை. இயக்க நிலையில் உள்ள உலகத்திலேயே வாழ்ந்து கொண்டு இருக் கிறோம். ஆகையினால் இங்கே ஏதாவது ஒரு மாற்றம் நிகழ்ந்து கொண்டே இருக்கும். கிளார்க்கின் கருத்துப்படி ஐந்து மாற்றங்கள் இயக்க நிலைச் சமுதாயத்தில் ஏற்படுகின்றன. (1) மக்கள் தொகையில் ஒவ்வொரு ஆண்டும் மாற்றங்கள் ஏற்பட்டுக் கொண்டே இருக்கின்றன. ஒவ்வொரு ஆண்டும் மக்கள் தொகை அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லுகின்றன. (2) மூலதனத்தின் அளிப்பில் மாற்றங்கள் ஏற்படுகின்றன. மக்களின் எண்ணிக்கை அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லு வதனால் அவர்களின் தேவையைப் பூர்த்திச் செய்ய உற்பத்தி யைப் பெருக்க வேண்டியதிருக்கிறது. எனவே, மூலதனமும் ஒவ்வொரு ஆண்டும் அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லுகின்றன. (3) மக்களின் விருப்புகள் நடைமுறைப் பாவனைகள் இவை களில்ஏற்படும் மாறுதல்களினால் உற்பத்தியின் முறைகளிலும் மாறுதல்கள் ஏற்படுகின்றன. (4) உற்பத்திச் செலவினைக் குறைத்து இலாபத்தை அதிகரிப்பதற்குத் தொழில் அமைப்பு முறைகளில் பல புதிய கண்டுபிடிப்புகளினால் மாற்றங்கள் ஏற்படு கின்றன. (5) நாகரீக வளர்ச்சியினால் மக்களுடைய விருப்பங் களிலும் மாறுதல்கள் உண்டாகின்றன.

இயக்க நிலையிலுள்ள உலகில் புதிய கண்டுபிடிப்புகளே அதிகமாகக் காணப்படுகின்றன. புதிய முறைகளில் உற்பத்தியைப் பெருக்குவதின் மூலம் உற்பத்திச் செலவைக் குறைக்க முடிகின்றது. எனவே, ஒருநிலையைவிட உற்பத்திச் செலவு குறைவாக இருப்பதனால் இலாபம் ஏற்படுகிறது. ஆனால், வெகு விரைவில் மற்றத் தொழில் முயல்வோர்களும் அப்புதுமையான உற்பத்தி முறையைப் பின்பற்றுவதனால் தொழில் முயல்வோர்களுக்கிடையே போட்டி உண்டாகும். போட்டி ஏற்படுவதன் நிமித்தம் உற்பத்திப் பொருள்களின் விலை குறையும். உற்பத்திக் காரணிகளின் ஊதியங்களை அதிகரிக்க வேண்டிய நிலை உருவாகும். எனவே, உற்பத்திச் செலவு அதிகமாகிறது. விலை குறைகிறது. அவை ஒரு குறிப்பிட்ட நிலையில் சமமாவதனால் இலாபம் இல்லாமல் போய்விடுகின்றது. மறுபடியும் புதுமைக் கண்டுபிடிப்புகளைப் புகுத்தி உற்பத்திச் செலவைக் குறைத்து இலாபத்தை உருவாக்குகிறான் ஒரு தொழில் முயல்வோன். ஆனால், தொழில் முயல்வோரின் போட்டிக் காரணமாக மறுபடியும் இலாபம் மறைந்து விடுகிறது. எனவே, இயக்க நிலையில் உள்ள உலகில் இலாபம் என்பது நிலையற்ற தற்காலிகமானவொன்றாகும்.

குறைகள்

1. இக்கோட்பாடு இலாபத்தை எவ்வாறு நிருணயிப்பது என்பதைப் பற்றி ஒரு விளக்கமும் தரவில்லை.

2. இயக்க நிலையை உண்டுபண்ணும் எல்லா மாற்றங்களும் இலாபத்தை ஏற்படுத்துவதில்லை. எதிர்பார்க்க முடியாத மாற்றங்களினாலேயே இலாபம் ஏற்படுகின்றது என்று பொருளியல் வல்லுநரான நைட் (Knight) கூறுகின்றார்.

3. இக்கோட்பாடு தொழில் முயல்வோரிடையே நிறைவுப் போட்டியும் அசலன நிலையிலுள்ள சமுதாயமும், இருப்பதாகக் கருதுகின்றது. நடைமுறையில் இவைகளைக் காணமுடியாது.

4. இக்கோட்பாட்டின்படி இலாபம் தொழில் முயல்வோன் உருவாக்கும் மாற்றங்களுக்கே ஏற்படுகிறது. இக்கோட்பாடு தொழில் முயல்வோனின் முக்கியப் பணிகளான ஆபத்து ஏற்பு, அமைத்தல், உற்பத்திக் காரணிகளை ஒன்று சேர்த்தல், தொழிலை ஒழுங்குபடுத்துதல் போன்றவைகளைக் கணக்கில் கொள்ளவில்லை.

16. நாட்டு வருமானம்

(National Income)

பொதுவாக ஓர் ஆண்டில் ஒரு நாட்டில் உற்பத்தியாகும் மொத்தப் பொருள்களையும், பணிகளையும் நாட்டு வருமானம் என்கிறோம். சுருக்கமானதும் தெளிவானதுமான ஒரு இலக்கணத்தைக் கொடுப்பது இச்சொற்களுக்கு முழுப்பொருளைக் கொடுக்க இயலாது. எனவே, 'நாட்டு வருமானம்' என்ற சொற்கள் பொருளியல் வல்லுநர் பலரால் எவ்வாறு விளக்கப் பட்டுள்ளன என்று அறிந்தால் ஓரளவிற்கு இச்சொற்களின் தெளிவான இலக்கணத்தைப் பெறமுடியும்.

தனி மனிதர்கள், நிறுவனங்கள், அரசாங்க நிறுவனங்கள் போன்றவைகளால் ஒரு நாட்டில் அதன் உற்பத்திக் காரணிகளைப் பயன்படுத்திச் செய்யப்படும் பொருள்கள், பணிகள் இவைகளின் கூட்டே நாட்டு வருமானம் எனலாம். இதையே வேறு வகையிலும் கூறலாம். ஒரு நாட்டிலுள்ள உற்பத்திக் காரணிகள் ஈட்டும் ஊதியங்களின் மொத்தத் தொகையே நாட்டு வருமானம் எனலாம். மேலும், அரசாங்கமும் நாட்டு மக்களும் உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் ஈடுபடுத்தும் மூலதனச் செலவையும் நாட்டின் நுகர்வுச் செலவையும் சேர்த்த மொத்தத் தொகையே நாட்டு வருமானம் எனலாம்.

மார்சல் நாட்டு வருமானம் என்ற சொற்களுக்குக் கீழ்க் கண்டவாறு இலக்கணம் கொடுத்துள்ளார். 'தனக்கு அடிப் படையான இயற்கைச் சாதனங்களைக் கொண்டு, ஒரு நாட்டினுடைய தொழில் திறனும் முதலும் செயல்படும் பொழுது ஆண்டில் குறிப்பிட்ட அளவு நிகர மொத்தமாகப் பொருள்களை உற்பத்தி செய்கின்றன. அப்பொருள்கள் உருவப் பொருள் களையும், அருவப் பொருள்களையும், பலவிதப் பணிகளையும் அடக்கும்'. தேய்மானம் போன்ற பொறிகளின் வீணடிப்பு களும் மொத்த உற்பத்தியிலிருந்து கழித்த பின்னரே நிகர வருமானத்தைக் கணக்கிட வேண்டும். ஆனால், வெளிநாட்டு முதலீடுகளிலிருந்து வரவேண்டிய நிகர வருமானத்தையும்

கூட்ட வேண்டும். இதுவே உண்மையான ஆண்டு வருமானம் அல்லது ஒரு நாட்டின் வருவாய் அல்லது நாட்டுப் பங்கீடு. ('The labour and capital of a country, acting upon its natural resources, produce annually a certain net aggregate of Commodities, material and immaterial, including services of all kinds'.

பேராசிரியர் பிகு (Prof. Pigou) நாட்டு வருமானத்தைக் கீழ்க்கண்டவாறு விளக்குகிறார். 'ஒரு சமுதாயத்தின் புறப் பொருள் வருமானத்தில் பணம் என்பதன் வாயிலாக அளக்கக் கூடிய பகுதியென்றும் வெளிநாட்டிலிருந்து கிடைக்கும் வருவாயையும் அடக்கும்'. ('The national dividend is that part of the objective income of the community including, of course, income derived from abroad, which can be measured in money'—Prof. Pigou.)

இவருடைய இலக்கணத்தின்படி இரண்டு சிறப்புக் கருத்துகளைத் தெரிந்து கொள்ளலாம். முதலில் ஒரு நாட்டின் மக்கள் வெளிநாட்டில் முதலீடு செய்ததிலிருந்து பெறும் வருவாயை நாட்டு வருவாயுடன் சேர்க்க வேண்டும். மேலும், பணத்தின் அடிப்படையில் அளக்கக்கூடிய வருவாயை மட்டுமே நாட்டு வருவாயுடன் சேர்க்க இயலும். பண மதிப்பு இல்லாத பொருள்களையோ, பணிகளையோ நாட்டு வருவாயுடன் சேர்க்க முடியாது. ஒரு பெண் வீட்டில் வேலை செய்யும்பொழுது அவளது பணிக்குத் தரும் கூலி நாட்டு வருவாயில் சேரும். ஆனால், அந்தப் பணிப் பெண்ணையே அவ்வீட்டில் திருமணம் செய்து கொண்டால் அவளது பணிக்கு அவன் கூலி தருவதில்லை. இது நாட்டு வருவாயில் சேராது.

மார்சலின் இலக்கணத்தைக் காட்டிலும் பிகுவின் இலக்கணம் சிறந்தது எனலாம். ஏனெனில், பிகுவின் இலக்கணம் நாட்டு வருவாயைப் பற்றித் தெளிவான இலக்கணத்தை அளிக்கிறது. பிகுவின் இலக்கணத்தின் மேலே கூறப்பட்ட இரண்டு சிறப்பியல்புகளினால் அவரது இலக்கணம் மார்சலின் இலக்கணத்தைவிடச் சிறந்ததாகத் தெரிகிறது. ஆனால், பிகுவின் இலக்கணமும் ஒரு கடும் எதிர்ப்பைச் சந்திக்கிறது. இவருடைய இலக்கணம் முன்னேற்றமடைந்த மேலை நாடுகளுக்கு மட்டுமே பொருந்தும். சில முன்னேற்றமடையாத, பின் தங்கிய நாடுகளாகிய ஆசியா, ஆப்பிரிக்கா போன்ற நாடுகளில் இன்றும் பண்டமாற்று முறையே நிலவி வருகிறது. இந்த நாடுகளில் சில பொருள்களும் பணிகளும் பணத்தின் அடிப்

படையில் மாற்றப்படுவதில்லை. எனவே, பிகுவின் இலக்கணத்தைச் சார்ந்து பார்க்கும்பொழுது உண்மையான நாட்டு வருவாயைவிட இந்நாடுகளில் நாட்டு வருவாய் குறைந்தே கணக்கிடப்படும்.

மார்சல், பிகு போன்ருேர் அளித்துள்ள இலக்கணங்களுக்கு முற்றிலும் மாறுபட்ட ஓர் இலக்கணத்தை 'இர்விங் பிச்சர்' (Irving Fisher) கொடுத்துள்ளார். உற்பத்தியின் அடிப்படையில் நாட்டு வருவாயை மார்சலும், பிகுவும் விளக்கியுள்ளனர். ஆனால், 'பிச்சர்' (Fisher) நுகர்வின் (Consumption) அடிப் படையில் நாட்டு வருவாயை விளக்கியுள்ளார். 'நுகர்வோர் அடையும் பணிகளையே நாட்டு வருவாய்' என்று இவர் கூறி யுள்ளார். ('The national income consists solely of services as received by Consumers'—Irving Fisher) 'ஒருவருக்கு ஓர் ஆண்டில் செய்யப்பட்ட பியானே (Piano) வையோ, மேலங்கி (overcoat) யையோ அந்த ஆண்டு நாட்டு வருவாயின் பாக மாகாது; அது முதலின் சேர்க்கையேயாகும். ஆனால், இப் பொருள்கள் ஒருவருக்குக் கொடுத்த பணிகளையே நாட்டு வருவாய் எனலாம்' என்று மேலும் விளக்கம் கொடுக்கிருர். எனவே, இவர் இலக்கணப்படி ஒரு நாட்டின் வருவாய் அதன் ஆண்டு உற்பத்தியைப் பொருத்துக் கணக்கிடப்பட மாட்டாது; அதன் ஆண்டு நுகர்வைப் பொருத்தே கணக்கிடப்படும். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு மகிழ்வுந்து (Pleasure) 1975 ஆம் ஆண்டில் ரூ. 30,000-க்கு உற்பத்தி செய்யப்படுவதாகக் கொள்வோம். மார்சல், பிகு இவர்களின் இலக்கணப்படி 1975 ஆம் ஆண்டு நாட்டு வருவாயில் ரூ. 30,000-ம் சேர்த்துக் கொள்ளப்படும். ஆனல், இது தவருன முறை என்பதே 'பிச்சரின்' வாதம். 1975 ஆம் ஆண்டில் அந்த மகிழ்வுந்தின் உண்மையான நுகர்வின் பண மதிப்பையே நாட்டு வருவா யுடன் சேர்க்க வேண்டும் என்று கூறுகிருர். அந்த மகிழ்வுந்து 30 ஆண்டுகளுக்குப் பயன்தரும் என்று கொள்வோம். 1975ஆம் ஆண்டில் அந்த மகிழ்வுந்தின் நுகர்வு பண மதிப்பு ரூ. 1,000 ஆகும். எனவே, 1975 ஆம் ஆண்டு நாட்டு வருவாயுடன் ரூ. 1,000ஐ மட்டும் சேர்க்க வேண்டும்; ரூ. 30,000 யும் சேர்க்கக்கூடாது.

பிகு, மார்சலின் இலக்கணங்களைவிட இவருடைய இலக்கணம் சிறந்ததாக விளங்கினுலும், இவருடைய இலக்கணம் நடைமுறைக்கு ஒவ்வாது. ஏனெனில், ஒரு பொருள், அல்லது பணியின் ஆயுள் காலத்தை அளவிடுவது எளிதன்று. அது

போன்று பொருள், பணிகளின் நுகர்வின் பண மதிப்பினை அளவிடுவதும் எளிதன்று. எனவே, இவருடைய இலக்கணப் படி நாட்டு வருவாயை அளவிடுவது நடைமுறைக்கு ஏற்றதல்ல. எனவே, உற்பத்தியின் அடிப்படையில் தோன்றிய மார்சல், பிகு இவர்களின் இலக்கணங்களின் அடிப்படையில் நாட்டு வருவாயை அளப்பதே சாலச் சிறந்ததாகும்.

நாட்டு வருமானத்தைக் கணக்கிடுவது பல்வேறு பயன்களை அளிக்கிறது. முதலில் ஒரு நாட்டின் பொருளாதார, நிதி நிலைமையை அறிய நாட்டு வருவாய் பயன்படுகிறது. மக்களின் தலா வருமானம் எவ்வளவு என்று அறியவும், மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தைக் கணக்கிடவும் நாட்டு வருவாய் பயன்படுகிறது. நாட்டு வருவாயின் அளவினைக் கொண்டே ஒரு நாடு பொருளாதார முன்னேற்றத்தின் அளவினை அறிந்து கொள்ள முடியும். எடுத்துக்காட்டாகப் பொருளாதார முன்னேற்றத்தை அளவிடுவதற்கு நாட்டு வருவாய் 10 சதவீதம் உயர்ந்துள்ளது என்றே கூறுகிறோம்.

நாட்டு வருவாய் இரு வகைப்படும்: (1) மொத்த நாட்டு வருவாய் (2) நிகர நாட்டு வருவாய்.

1. மொத்த நாட்டு வருவாய் (Gross National Income)

ஓர் ஆண்டில் உற்பத்தி செய்யப்படும் அனைத்துப் பொருள்களின் மொத்த மதிப்பையே மொத்த நாட்டு வருவாய் என்கிறோம். மொத்த நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடும்பொழுது உருவாகிய முழுப் பொருளை மட்டும் கணக்கில் சேர்த்துக் கொள்ள வேண்டும். கச்சாப் பொருள்களையோ (Raw materials) குறை முழுப் பொருள்களையோ (Semi-finished products) நாட்டு வருவாயுடன் சேர்த்துக் கொள்ளக்கூடாது. அவ்வாறு சேர்த்தால் ஒரு பொருளின் மதிப்பையே இரண்டு அல்லது மூன்று முறை நாட்டு வருவாயில் சேர்த்துக் கொண்ட தவறு நேரும். மொத்த வருவாய்க் கீழ்க்கண்டவைகளின் கூட்டுத் தொகையேயாகும். (1) ஒரு குடும்பத்தின் முதலீட்டின் அளவு (2) தனி மனிதனின் நுகர்வுச் செலவு (3) நிகர வெளிநாட்டு முதலீடு (4) அரசு பெறும் பொருள்களின் மதிப்பு.

2. நிகர நாட்டு வருவாய் (Net National product)

தேய்மானச் செலவினை மொத்த நாட்டு வருவாயிலிருந்து கழித்தால் கிடைப்பதே நிகர நாட்டு வருவாய் எனப்படும். நிகர நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடும்பொழுது பொருள்களின்

மீதான வரியையும் கணக்கில் கொண்டுவர வேண்டும். பொருள்களின் விலையை வரியின் அளவு கூட்டும். எனவே, பொருள்களின் விலையிலிருந்து வரியின் அளவைக் கழிக்க வேண்டும். மேலும், ஒரு பொருளின் மதிப்பை அரசாங்கத்தின் உதவித் தொகைக் குறைக்கும் என்று நாம் அறிவோம். எனவே, அரசாங்கத்தின் உதவித் தொகையைப் பொருளின் மதிப்போடு கூட்டவேண்டும்.

நாட்டு வருவாயை அளக்கும் முறைகள்

பொதுவாக நாட்டு வருவாயை அளக்க மூன்று முறைகள் உள்ளன:

1. உற்பத்தி முறை.
2. வருமான முறை.
3. செலவு முறை.

1. உற்பத்தி முறை

அனைத்து உற்பத்தியாளர்களின் மொத்த உற்பத்தியைக் கணக்கெடுக்க வேண்டும். இத்தொகையோடு உற்பத்தியாளர் தானே நுகர்ந்த பொருள்களின் மதிப்பைக் கூட்டவேண்டும். இதிலிருந்து பிற உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து வாங்கப்பட்டப் பொருள்களின் மதிப்பைக் கழிக்க வேண்டும். மேலும், தேய்மானத்தின் மதிப்பையும் கழிக்க வேண்டும். இதுவே உற்பத்தி முறைப்படி நாட்டு வருவாயை அறியும் வழியாகும். எனவே, இம்முறையில் பொருளாதாரத்தின் பல்வேறு துறைகளும் உற்பத்தி செய்யும் பொருள்களின் நிகர மதிப்பின் அடிப்படையில் மொத்த வருவாய் கணக்கிடப்படுகிறது. ஆனால், இம்முறை உற்பத்தித்துறையில் கணக்கு வைக்குமிடங்களுக்கு மட்டுமே பொருந்தும். உற்பத்தி முறையில் நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடும்பொழுது ஒரு கருத்தை மட்டும் மிகவும் கவனமாகக் கையாள வேண்டும். பொருள்களின் மதிப்பைக் கூட்டும்பொழுது முழுப் பொருள்களின் மதிப்பை மட்டுமே கூட்ட வேண்டும். இன்றேல் முன்பே கண்டது போல இரண்டு அல்லது மூன்றுமுறைகள் ஒரு பொருளின் மதிப்பைக்கூட்டி விடுவோம். துணியின் மதிப்பைக் காணும்பொழுது நூலின் மதிப்பையும் பஞ்சின் மதிப்பையும் சேர்த்துக் கூட்டக்கூடாது. வருவாயுடன் துணியின் மதிப்பை மட்டும் கூட்டினால் போதுமானது.

2. வருமான முறை

இம்முறை பகிர்வின் அடிப்படையில் நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடுகிறது. ஒரு நாட்டிலுள்ள தனி மனிதர்கள், நிறுவனங்கள் போன்றவைகள் பெறும் நிகர வருவாய் மூலமாக நாட்டு வருவாயை அளக்கிறோம். ஒரு நாட்டிலுள்ள உற்பத்திக் காரணிகளாகிய நிலம், உழைப்பு, முதல், அமைப்புப் போன்றவைகள் பெறும் வாரம், கூலி, வட்டி, இலாபம் முதலியவைகளையும், மக்கள் தாமாகவே செய்யும் தொழில்களிலிருந்து கிடைக்கும் வருவாயையும் கூட்டிய மொத்தத் தொகையையே நாட்டு வருவாய் என்கிறோம். இதிலிருந்து ஒரு நாட்டின் வருவாய் பல்வேறுபட்ட உற்பத்திக் காரணிகள் எந்தெந்த அளவில் பகிர்ந்து கொள்ளப்படுகின்றது என்பதைக் காட்டும்.

3. செலவு முறை (Expenditure Method)

ஒவ்வொருவரும் தங்களுடைய வருவாயை இருவிதமான செலவுகளில் ஈடுபடுத்துகின்றனர். சமுதாயத்தில் உள்ள அனைவரும் ஒரு பகுதி வருவாயை நுகர்வு பொருள்களிலும், மற்றொரு பகுதியை முதலீட்டுப் பொருள்களிலும் செலவிடுகின்றன. இவ்வாறு பல்வேறு பொருள்கள், பணிகள் ஆகியவற்றிற்காக ஓர் ஆண்டில் ஏற்படும் ஒன்றுசேரக் கூட்டினால் நாட்டு வருவாயின் அளவு கிடைக்கும். ஆனால், இம் மூன்று முறைகளில் செலவு முயையில் நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடுதல் பொதுவாக நல்ல முறையன்று. மேலும், இம் முறை அதிகமாகப் பயன்படுத்தப்படுவதில்லை. நுகர்வு செலவு, முதலீட்டுச் செலவு போன்றவைகளின் அளவுகளை அறியப் போதுமான அளவு புள்ளிவிவரங்கள் கிடைப்பதில்லை. உற்பத்தி முறை, வருவாய் முறை இவையிரண்டும் பொதுவாகப் பயன் படுத்தப்படுகின்றன. ஏனெனில், இம்முறைகளுக்குப் போதுமான அளவு புள்ளிவிவரங்கள் கிடைப்பது எளிதாகும். நம் நாட்டில் உற்பத்தி முறையில் நாட்டு வருவாய்க் கணக்கிடப் படுகிறது.

இடர்ப்பாடுகள் (Limitations)

நாட்டு வருவாய் என்பதன் இலக்கணம் என்னவென்றும் அதனைக் கணக்கிடும் முறைகளைப் பற்றியும் கோட்பாட்டளவில் (Theoretical) விளக்க முடிந்த பொழுதிலும் நடைமுறையில் நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடுவதில் பல இடையூறுகள் ஏற்படுகின்றன. அவைகளை இங்குக் காண்போம்.

1. குறிப்பாக முன்னேற்றமடையாத, முன்னேற்றமடைந்தும் வரும் நாடுகளில் நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடுவதில் சில இடையூறுகள் உள்ளன. இத்தகைய நாடுகளில் கிடைக்கும் புள்ளிவிவரங்கள் உண்மையற்றவைகளாவும், போதுமானதாக இல்லாமல் உள்ளன. எனவே, நாட்டு வருவாயை மதிப்பிடுவது சரியானதாக அமையாது. மேலும், நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிட உற்பத்திச் செலவு எவ்வளவு என்பது தெரியவேண்டும். ஆனால், இத்தகைய நாடுகளில் பலர் படிப்பறிவு இல்லாமையினாலும், அறியாமையினாலும் தங்களுடைய உற்பத்தியின் அளவினைப் பற்றித் தெரிந்து கொள்ளாமலும், சரியான கணக்கு வைத்துக் கொள்ளாமலும் இருக்கிறார்கள். எனவே, நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடத் தேவையான புள்ளிவிவரங்கள் சரிவரக் கிடைக்காது.

2. பல்வேறு பணிகள் பணத்திற்கு மாற்றப்படுவதில்லை. மேலும், ஓர் உற்பத்தியாளர் தான் உற்பத்தி செய்யும் பொருள்களில் ஒரு பகுதியைத்தானே நுகர்ச்சிக்காகச் செலவிடுகிறார்கள் என்று கண்டோம். ஒருவர் ஒரு பெண்ணைப் பணிக்காக அமர்த்திக் கொண்டால் அப்பெண்ணுடைய சம்பளம் நாட்டு வருவாயில் சேரும். மாறாக அப்பெண்ணையே அவர் மணம் புரிந்து கொண்ட பின்னர் அப்பெண்ணுடைய பணிக்காகப் பணம் கொடுப்பதில்லையாகையால் அது நாட்டு வருவாயுடன் சேராது. அதுபோன்றே ஓர் உற்பத்தியாளர் தான் உற்பத்தி செய்யும் ஒரு பகுதியைத் தானே உட்கொண்டால் அப்பகுதியின் மதிப்பு நாட்டு வருவாயில் சேர்க்கப்பட வேண்டும்.

3. பண சார்பற்றத்துறை (Non-monetised sector) யின் காரணமாகவும் நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடுவதில் சில இடர்ப்பாடுகள் தோன்றுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக நம் நாட்டில் விளையும் வேளாண்மைப் பொருள்களில் பெரும் பகுதி சந்தைக்கே வருவதில்லை. இவை கிராமப்புறங்களிலேயே உட்கொள்ளப்படும். வேறு பொருள்கள், பணிகள் இவைகளுக்காக மாற்றப்பட்டும் வருகின்றன. இச்செயல் நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடுவதில் சில இடர்ப்பாடுகளை விளைவிக்கிறது.

4. பலர் பல்வேறு வேலைகளிலும், பகுதி நேர வேலைகளிலும் (Part-time jobs) செயல்படுவதைக் காண்கிறோம். தங்களுடைய வாழ்க்கையை நடத்த ஒருவர் பல வேலைகளைச் செய்கின்றனர். எடுத்துக்காட்டாக வேளாண்மைச் சாதகமாகயில்லாத நாட்களில் பல கிராம மக்கள் நகர்ப்புறங்களுக்குச்

சென்று மற்ற வேலைகளான வீடு கட்டுதல், ஆலை உற்பத்தியில் உதவி செய்தல் போன்றவைகளில் ஈடுபடுவதைக் காண்கிறோம். அவர்களுடைய வருவாய்களைக் கணக்கிடுவது கடினமாகும்.

நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிடுவதனால் ஏற்படும் பயன்கள்

பை (Bye) என்பவர் குறிப்பிட்டுள்ளது போல ஒரு பொருளியல் வல்லுநரின் கைவசம் உள்ள மிகுந்த மதிப்புள்ள கருவியே நாட்டு வருவாய் எனலாம். ('They constitute a Very valuable tool in the economist's kit'—Bye) சில ஆண்டுகளுக்கு முன்னர் வரை நாட்டு வருவாய் பற்றிக் கணக்குகளின் பயன்கள் அதிகமாகத் தெரியவில்லை. குறிப்பாக 1939ஆம் ஆண்டிலிருந்து பொருளியல் ஆய்விற்கும்; பொருளியல் கொள்கைகளைத் (economic policies) தயாரிக்கவும் அமைக்கவும் நாட்டு வருவாய் அதிகமாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. நாளடைவில் நாட்டு வருவாய் புள்ளி விவரங்களை வெளியிடும் நாடுகளின் எண்ணிக்கைப் பெருகி விட்டது. நாட்டு வருவாய் பற்றி விவரங்களால் ஏற்படும் நன்மைகளைக் கீழ்க்கண்டவைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

1. பொருளாதார அமைப்பின் சரியான உருவத்தைக் கொடுப்பது நாட்டு வருவாய் பற்றிப் புள்ளி விவரங்களே. பல்வேறு பணிகளுக்கும், மக்களுக்கும், நாட்டின் பல்வேறு பகுதிகளுக்கும் நாட்டு வருவாய் எவ்வாறு பகிர்ந்தளிக்கப்படுகிறது என்பதை அறிய நாட்டு வருவாய் பற்றிய புள்ளி விவரங்கள் தெரிவிக்கின்றன. மேலும் நாட்டு வருவாயின் புள்ளி விவரங்கள் நீண்டகாலமாக வைக்கப்பட்டிருந்தால், ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சியைப் பற்றி அறியவும், அத்தகைய வளர்ச்சிக்குக் காரணமாகயிருக்கும் காரணிகள் எவை என்று அறியவும் பயன்படுகிறது. இத்தகைய ஆய்வு நாட்டின் பொருளாதாரக் கொள்கைகளுக்குப் பெரிதும் பயன்படுகிறது. மூலதன செலவுகளின் இனம் அறியவும் அவைகளின் செலவின் அளவுகளை அதிகப்படுத்தவோ, குறைக்கவோ இத்தகைய ஆய்வு பயன்படுகிறது. பொருளாதாரத்தின் பல்வேறு பகுதிகளின் இன்றியமையாத இடத்தையும், அவை ஆக்கத்தில் எந்தெந்த அளவுகளில் பங்கு பெறுகின்றன என்பதை அறியவும் நாட்டு வருவாய் பற்றிய புள்ளிவிவரங்கள் பயன்படுகின்றன.

2. ஒரு நாட்டு மக்களின் வாங்கும் திறனைப் (purchasing power) பற்றிய ஒரு வழிகாட்டியாக நாட்டு வருவாய்ப் புள்ளி விவரங்கள் அமைந்துள்ளன. வருவாய், உற்பத்தி இவைகளின்

புள்ளி விவரங்கள் பண வீக்கம், பணவீழ்ச்சி போன்ற நிலைகளை முன்கூட்டியே குறிப்பிடுவதால் அவைகளுக்கு ஏற்ற திட்டங்களைத் தீட்டத் தகுந்த நேரங்களையும், நடைமுறைக்குக் கொண்டு வரும் விவரங்களையும் நாட்டு வருவாய் விவரங்கள் வெளிப்படுத்துகின்றன.

3. நாட்டு வருவாய் மற்றும் தலா வருவாய்ப் புள்ளி விவரங்களிலிருந்து பல்வேறு நாடுகளை ஒப்பிட்டுப் பார்க்க முடிகிறது. பல்வேறு நிறுவனங்களாகிய அனைத்து நாடுகளின் நிறுவனம் (U.N.O); உலகவங்கி (IBRD); போன்ற அனைத்து நாடுகளின் நிறுவனங்களுக்கு ஒவ்வொரு நாடும் செலுத்த வேண்டிய சந்தா மற்றும் ஒவ்வொரு நாட்டிற்கான ஒதுக்கீடு (Quota) களை அறிய இத்தகைய புள்ளி விவரங்கள் பயன்படுகின்றன.

4. நாட்டு வருவாய்ப் பற்றிய புள்ளி விவரங்கள் வேலையின்மை, பணவீக்கம், வளர்ச்சி போன்ற பல பெரிய சிக்கல்களைத் தீர்க்கப் பயன்படுகிறது. இக்கருத்தையே சாமுவல்சன் வலியுறுத்திகிறார். ('The concept of national income is indispensable preparation for tackling great issues of unemployment, inflation and growth'—Samuelson)

5. நாட்டு வருவாயில் நுகர்ச்சி, சேமிப்பு, முதலீடு பற்றிய விவரங்கள் அடங்கியுள்ளன. எனவே, இவைகளிலிருந்து ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சியை அறியலாம். மேலும், பொருளாதாரத்தைத் திட்டமிட்ட பாதையில் செலுத்த உதவுகிறது. 'திட்டமிடப்பட்ட முதலாளித்துவம்' என்று அழைக்கப்படும் பொருளாதார அமைப்பைச் சீர்படுத்த நாட்டு வருவாய்ப் புள்ளி விவரங்கள் பயன்படுகின்றன.

இந்தியாவில் நாட்டு வருவாய்

நம் நாட்டில் நாட்டு வருவாய் உற்பத்தி முறையில் கணக்கிடப்படுகிறது. 1948-49 ஆம் ஆண்டில் வி. கே. ஆர். வி. ராவ் (V. K. R. V. Rao); கட்கில் (G. R. Cadgil); மகனலாநோபிச் (P. C. Mahalanobis) இவர்கள் உள்ளடங்கிய நாட்டு வருவாய்க் குழு (National Income Committee) நம் நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிட்டது. இக்குழு 1954ஆம் ஆண்டில் தன்னுடைய அறிக்கையை வெளியிட்டது. இதன்படி 1948-49 ஆம் ஆண்டின் நாட்டு வருவாய் ரூ. 8,820 கோடியாகும். அது போன்றே 1948-49 ஆம் ஆண்டின் தலா வருவாய் ரூ 246·9 என்றும்; 1950-51-ல் ரூ. 265.2 என்றும், 1954-56 ஆம் ஆண்டில் ரூ. 269 என்றும் தன்னுடைய அறிக்கையில் வெளியிட்டுள்ளது. திட்டமிடப்பட்ட வளர்ச்சியில் நாட்டு வருவாயின்

வளர்ச்சி வீதம் அவ்வளவு மனநிறைவினைத் தரவில்லை. 1960-61 ஆம் ஆண்டின் விலையின்படி அவ்வருட நாட்டு வருவாய் ரூ. 1,33,440 கோடியாகயிருந்தது: 1969-70 ஆம் ஆண்டில் ரூ. 17,955 ஆக உயர்ந்த பொழுதிலும் நாட்டு வருவாயின் வளர்ச்சி வீதம் நல்ல நிலையில் இல்லை என்பதை நாம் அறியலாம். மேலும், இக்குழு செலவு முறை நம் நாட்டிற்கு ஏற்றதல்ல; முதல் இரண்டு முறைகளையும் (உற்பத்தி முறை, வருவாய் முறை) கலந்த ஒரு சிறந்த முறையின் அடிப்படையில் நாட்டு வருவாயைக் கணக்கிட வேண்டும் என்று வலியுறுத்தியது.

நம் நாட்டின் வருவாயைப் பற்றிப் பல வல்லுநர்கள் சுதந்திரத்திற்கு முன்னரே பலவித புள்ளி விவரங்களை எடுத்துள்ளனர். ஆனால், இதில் முதல் முயற்சி செய்தவர் தாதாபாய் நௌரோசி (Dadabhoy Naoroji) ஆவார். இவர் 1868ஆம் ஆண்டின் நம் நாட்டுத் தலா வருவாய் ரூ. 20 எனக் கணக்கிட்டுள்ளார். 1911 ஆம் ஆண்டில் பின்லே சிராச் (Findlay Shirras) என்பவர் தலா வருவாய் ரூ. 49 எனக் கணக்கிட்டார். மேலும், 1931-32ஆம் ஆண்டிலும் ; 1942-43 ஆம் ஆண்டுலும் டாக்டர் ராவ் (Dr. V. K. R. V. Rao) தலா வருவாய்களை முறையே ரூ. 84; ரூ. 65 எனக் கணக்கிட்டுள்ளார். ஆனால், பெரும்பாலும் சுதந்திரத்திற்கு முன்னர் செய்யப்பட்ட கணக்குகள் போதுமான புள்ளி விவரங்களின் அடிப்படையில் அல்ல.

1949 ஆம் ஆண்டில் அமைக்கப்பட்ட குழுவிற்கு வெளி நாட்டு வல்லுநர்களான சைமன்குச்னே (Simon Kuznets); ச்டோன் (J. R. D. Stone); டெர்க்சன் (J. R. D. Derksen) போன்றோர்கள் உதவினர்கள்.

நம் நாட்டின் ஐந்தாண்டுத் திட்டங்களின் முக்கிய நோக்கம் வளர்ந்து வரும் மக்கள் தொகை வீதத்தைச் சரி செய்வதற்கு நாட்டு வருவாயைப் பெருக்குவதாகும். திட்டக் காலங்களில் நாட்டு வருவாயைப் பற்றியும், தலா வருவாயைப் பற்றியும் விவரங்களை 'மத்திய புள்ளிவிவர நிறுவனம்' (Central Statistical Organisation) வெளியிட்டுவந்துள்ளன. முதல் மூன்று ஐந்தாண்டுத் திட்டக் காலங்களில் நாட்டு வருவாய் 46 சதவீதம் உயர்ந்துள்ளது. ஆனால், தலா வருவாய் 14·4 சதவீதம் மட்டுமே உயர்ந்துள்ளது. இதற்கு முக்கிய காரணம் வளர்ந்து வரும் மக்கள் தொகை வீதமாகும். ஐந்தாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தின் இறுதியில் நான்காவது ஐந்தாண்டுத் திட்ட நாட்டு வருவாயைவிட இருமடங்காகவும்; 1980-81 ஆம் ஆண்டில் ஆண்டொன்றுக்கு 6.5 விழுக்காடாவது உயர வேண்டும் என்பதே குறியீடாகும் (target).

17. வேலைக் கோட்பாடு

(Theory of Employment)

தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்களின் வேலைக் கோட்பாடு

பொருளின் அளிப்பில் பொருளின் தேவையும் அடங்கியிருக்கிறது என்ற கருத்தினை முதன் முதலாகக் கூறியவர் பிரெஞ்சுப் பொருளியல் வல்லுநரான 'சே. பி. சே' (J. B. Say) ஆவார். பொருளை உற்பத்தி செய்பவர்கள் தங்களின் நுகர்வுக்கென ஒரு பகுதியை வைத்துக் கொண்டாலும் மீதிப் பொருள்களை அங்காடிக்குக் கொண்டு வந்து மற்ற நுகர்வுப் பொருள்களுடன் பரிவர்த்தனை (Exchange) செய்து கொள்கின்றனர். எனவே, அவர்கள் அளிக்கும் பொருள்களின் அளவிற்கேற்றபடி மற்றப் பொருள்களின் மேல் தேவை ஏற்படுவதினால் அளிப்பில் தேவையும் அடங்கியுள்ளது என்று 'அங்காடி விதி' (Law of the Market) என்ற தலைப்பில் தமது கருத்தினைச் சே வலியுறுத்தியுள்ளார். பொருள்கள் உற்பத்தி செய்து அங்காடியில் விற்கிறார்கள் என்றால், விற்பனையின் மூலம் பெற்ற பணத்தைக் கொண்டு ஏனைய பொருள்களை வாங்க முயலுகின்றனர் என்பது இவருடைய கருத்தாகும். எனவே, பொருள்களின் அளிப்பு ஏனைய பொருள்களின் தேவையை ஏற்படுத்துகின்றது என்று கூறலாம். இவருடைய கருத்தினைப் பொருளியல் வல்லுநரான மார்சலும் ஒத்துக் கொள்ளுகின்றார். ஒவ்வொரு மனிதனும் தனது வருமானத்தைப் பொருள்கள் வாங்குவதில் செலவிடுகிறான். தன்னுடைய வருமானத்தைக் கொண்டு தற்காலத்திற்குத் தேவையான நுகர்வுப் பொருள்களை வாங்கியதுபோக எஞ்சிய வருமானத்தை மனிதன் சேமித்து வைக்கிறான். அவன் சேமித்து வைப்பதின் நோக்கம் எதிர்காலத்தில் தன்னுடைய தேவையை அல்லது நுகர்ச்சியைத் தேடிக் கொள்வதற்காகவே என்பது தெளிவாகும். எனவே, பொருளின் அளிப்பினால் கிடைக்கும் வருமானத்தை, குறுகிய காலத்திலோ அல்லது நெடுங்காலத்திலோ பொருளின் தேவைக்கோ பயன்படுத்துகிறார்கள். ஆகையினால் பொருளின் அளிப்பில் பொருளின் தேவையும் அடக்கியிருக்கின்றது என்பது இவருடைய கருத்தாகும்.

ஆகவே, பொருளின் உற்பத்திச் செலவில் அப்பொருளை வாங்கும் திறனும் அடங்கியுள்ளது என்பதே தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநரான 'சே' யின் அடிப்படைக் கருத்தாகும். எடுத்துக்காட்டாக உற்பத்தியில் உழைப்பை ஈடுபடுத்துவதினுல் அவ்வுழைப்பை நல்கிய தொழிலாளி ஊதியத்தைப் பெறுகிருன். அவ்வூதியத்தை அவன் அப்படியே கையில் வைத்திருக்கப் போவதில்லை. அந்த வருமானத்தைக் கொண்டு அவன் உற்பத்தி செய்த பொருள்களையோ அல்லது வேறு பொருள்களையோ அத்தொழிலாளி வாங்க முயலுகிருன். எனவே, பொருள்களின் உற்பத்திச் செலவில் பொருள்களை வாங்கும் திறனும் அடங்கியுள்ளது என்பது பொருந்தும். மக்கள் தங்கள் வருமானத்தின் பெரும்பகுதியை அன்ருட நுகர்ச்சிப் பொருள்களுக்காகச் செலவு செய்கின்றனர். எஞ்சிய தொகையை எதிர்கால நுகர்விற்காகச் சேமித்து வைக்கிருர்கள். சேமித்து வைக்கப்படும் பணமானது வட்டிவீதத்தினுல் முதலீடாக்கப்படுகின்றது. எனவே, மொத்த வருமானம் முழுவதும் செலவிடப்படுவதினுல் அளிப்பிற்கேற்றபடி தேவை இருக்கும்.

உற்பத்திக் காரணிகள் தங்களுடைய உற்பத்தித் திறனுக்கேற்ப ஊதியத்தைப் பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும். அதற்கு மாருக அதிக ஊதியம் பெற விரும்பினுல் வேலையின்மை ஏற்படும் என்பது 'சே'யினுடைய விதியின் கருத்தாகும். பொதுவாக வேலையின்மையை மூன்று வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். 'தன் விருப்பப்படி வேலையின்மை (Voluntary Unemployment)' 'விருப்பத்திற்கு மாருன கட்டாய வேலையின்மை (Involuntary Unemployment)' பிறழ்ச்சியின் காரணமாக வேலையின்மை (Frictional Unemployment) என்பவைகளாகும்.

ஒரு குறிப்பிட்டக் கூலி வீதத்தில் வேலையைத் தேடி வருபவர்களின் எண்ணிக்கை வேலையில் அமர்த்தப்படுவோரின் எண்ணிக்கையைக் காட்டிலும் குறைவாக இருக்கலாம். தெளிவாகக் கூற வேண்டுமானுல், உழைப்பின் அளிப்பு அதிகமாக இருக்கும். ஆனுல், உழைப்பின் தேவை குறைவாகவே காணப்படும். இதனுல் தொழிலாளர்கள் வேலையின்றி வாடும் நிலை உருவாகும். புதிய இயந்திரங்கள் கண்டுபிடிப்பதினுல் தொழில் முயல்வோன் தொழிலாளர்களை வேலையிலிருந்து நீக்கிவிட்டு இயந்திரங்களைத் தொழிலில் பயன்படுத்தலாம். இதனுல் வேலைக் குறைப்பு ஏற்பட வாய்ப்புண்டு. மேலும், சர்க்கரை உற்பத்தி செய்யும் ஆலைகள் அதன் கச்சாப் பொருளாகக்

கரும்பின் அளிப்பையே பொருத்துள்ளது. கரும்பு பருவகாலப் பயிராகும், (Seasonal Product) கரும்பு உற்பத்தி செய்யப்படும் காலங்களிலேயே சர்க்கரை ஆலைகள் செயல்படும். ஏனைய நாட்களில் அவ்வாலைகள் மூடியே கிடக்கும். எனவே, சர்க்கரை ஆலைகளில் வேலை செய்பவர்களுக்கு வருடத்தில் 8 அல்லது 9 மாதங்களே வேலைக்கிடைக்கின்றன. ஏனைய மாதங்களில் வேலையின்றி வாடுகின்ற நிலை உருவாகின்றன. இது போலவே வேளாண்மைத் தொழிலிலும் ஒரு சில காலங்களிலேயே வேலைக் கிடைக்கின்றன. ஏனைய காலங்களில் வேலையில்லாது வாடுகின்ற நிலை ஏற்படுகின்றது. ஏனெனில், வேளாண்மையும் ஒரு பருவகாலத் தொழிலாகும். ஒரு சில காலத்திலேயே மக்களுக்கு வேலை வாய்ப்பைக் கொடுக்கின்றது. மேலே கூறிய எடுத்துக்காட்டுகளிலெல்லாம் உழைப்பாளிகள் அல்லது தொழிலாளிகள் எப்பொழுதும் வேலைச் செய்வதற்குத் தயாராக இருக்கிறார்கள். ஆனால், காலம் முழுவதும் அவர்களுக்கு வேலைக்கிடைப்பதில்லை. மேலும், புதிய கண்டுபிடிப்புக்களினால் நிரந்தரமான வேலையின்மையும் ஏற்படுகின்றது. தொழிலாளர்கள் வேலை செய்வதற்கு விருப்பப்படுகிறார்கள். ஆனால், அவர்களின் விருப்பத்திற்கு மாறாக வேலையின்மை ஏற்படுகின்றது. இவ்வாறான நிலைக்கு 'விருப்பத்துக்கு மாறான கட்டாய வேலையின்மை' என்று பெயர்.

வேலையின் அளிப்பு அதிகமாக இருந்தும், வேலைக்கு ஆள் கிடைக்காத நிலையும் சில நேரங்களில் அமைவதுண்டு. பரம்பரைப் பணக்காரர்கள் வேலைக்குச் சென்றால் கேவலம் என்று எண்ணி வேலையை ஒதுக்கி வைத்து விடுவதைப் பார்க்கலாம். மேலும், ஒரு சிலர் வேலை என்றதும் அது வேப்பங்காய் என்று நினைத்து ஒதுக்கி வைத்துவிடும் சோம்பேறிகளையும் நாம் காணலாம். ஒரு சிலர் கூலியில் குறைவு ஏற்படும் போது வேலையை விட்டுவிடுவதையும் நாம் பார்க்கிறோம். மேலே கூறிய எடுத்துக்காட்டுகளில் எல்லாம் மக்கள் தாங்களே வேலை வாய்ப்புகளிலிருந்து விலகிக் கொள்கிறார்கள். எனவே, வேலை வாய்ப்புகளிலிருந்தும் வேலைக்கு ஆட்கள் கிடைக்காத ஒரு நிலை ஏற்படுகின்றது. இவ்வாறாக வருமானம் தரக்கூடிய தொழில்கள் பல இருந்தும் வேலை செய்யாதிருக்கும் மக்களைத் தன் விருப்பப்படி வேலையில்லாதவர்கள் என்று கூறலாம். இவ்வேலையின்மையே 'தன் விருப்பப்படி வேலையின்மை' என்று அழைக்கப்படும்.

ஒரு தொழில் நிறுவனம் தொடர்ந்து வேலையில் செயல்படுத்துவதற்குக் கச்சாப் பொருள்கள் (Rawmaterials) தடை

யின்றிக் கிடைத்துக் கொண்டு இருக்க வேண்டும். கச்சாப் பொருள்களின் அளிப்பில் தடை ஏற்படும் போது நிறுவனங்கள் தொழிலின்றிக் கிடக்க வேண்டிய நிலை ஏற்படுகின்றது. அதே போல நிறுவனங்களில் செயல்பட்டுக் கொண்டிருக்கும் இயந்திரங்களில் பழுது ஏற்படும் போதும் நிறுவனங்களின் வேலையில் தடை ஏற்படுகின்றது. இந்நிலைகளினால் தொழிலாளர்களின் வேலையில் தடை ஏற்படுகின்றன. ஆனால், இவ்வேலையின்மை நிரந்தரமான ஒன்று அல்ல. இவ்வேலையின்மை தற்காலிகமானதேயாகும். இவ்வேலையின்மை ஒரு வாரத்திற்கோ அல்லது ஒரு சில வாரங்களுக்கோ மட்டும் செயல்படலாம். இவ்வாறான வேலையின்மைக்குப் 'பிறழ்ச்சியின் காரணமாக வேலையின்மை' என்று பெயர். இங்கே தொழிலாளர்களின் அளிப்பில் தடையேதும் இல்லை. தொழிலாளர்கள் எப்போதும் போல உழைக்கத் தயாராக இருக்கிறார்கள். ஆனால், பிறழ்ச்சியின் காரணமாகத் தொழில் முயல்வோன் சிறிது காலத்திற்குத் தொழிலாளர்களின் வேலையினைத் தடை செய்து வைத்திருக்கிறான் என்பது தெளிவாகும்.

வேலையில்லாதவர்களின் எண்ணிக்கையைக் கணக்கெடுக்கும் போது வேலை வாய்ப்புகள் பல இருந்தும் தங்களின் விருப்பப்படி வேலைக்குச் செல்லாதவர்களின் எண்ணிக்கையையும், பிறழ்ச்சியின் காரணமாக ஒரு வாரத்திற்கோ அல்லது ஒரு சில வாரங்களுக்கோ வேலையில்லாது வாடுகின்ற மக்களின் எண்ணிக்கையையும் கணக்கில் சேர்த்துக் கொள்வதில்லை. ஏனெனில், தன் விருப்பப்படி வேலைக்குச் செல்லாமல் இருப்பவர்களின் எண்ணிக்கை மிக மிகக் குறைவாகும். வேலை வாய்ப்புகள் இருந்து அவர்கள் வேலைக்குச் செல்ல விரும்பவில்லை. எனவே, இவர்களை வேலையில்லாதவர்கள் என்று கருத முடியாது. பிறழ்ச்சியின் காரணமாக உண்டாகும் வேலையின்மை மிகக் குறுங்காலத்தில் மாறிவிடக் கூடிய ஒன்றாகும். பிறழ்ச்சியின் காரணமாக வேலையின்றி வாடும் மக்கள் மிகக் குறுகிய காலத்தில் திரும்பவும் வேலையில் சேர்த்துக் கொள்ளப்படுவார்கள். எனவே, மேலே கூறிய இவ்விரு தரப்பினரையும் வேலையில்லாதவர்கள் என்று கருதி வேலையில்லாதவர்களின் எண்ணிக்கையோடு சேர்த்துக் கொள்ளக்கூடாது. எனவே, வேலையில்லாதவர்கள் என்னும் பகுதியில் இடம் பெறுபவர்கள் 'கட்டாய வேலையின்மை' (Involuntary Unemployment) யினால் அவதிப்படும் மக்களின் எண்ணிக்கையேயாகும். ஆனால், வேலையில்லாதவர்கள் என்ற ஒரு பிரிவு இருப்பதில்லை என்பது 'சே'யின் கருத்து.

தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநரான 'சே'யின் கருத்துப் படி 'அளிப்பு அதனுடைய தேவையை உண்டு பண்ணும்' (Supply Creates its Own demand) எனவே, அளிப்பின் அள விற்கே தேவை உருவாகும். தேவைக்கு மேல் பொருள்களின் உற்பத்தி இருக்க முடியாது. அதே போல குறைத்த அளவு நுகர்வும் இருக்க முடியாது. எனவே, பொதுவாக நாட்டில் வேலை நிறைவே (Full employment) காணப்படும் என்பது தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்களின் கருத்தாகும். நிறைவேலை அல்லது முழு வேலையுடைமை என்றதும் எல்லாத் தொழிலாளர் களும் எல்லாக் காலங்களிலும் வேலையில் ஈடுபட்டிருப்பார்கள் என்று பொருள் கொள்ளக் கூடாது. நிறைவேலையிலும் பிறழ்ச்சியின் காரணமாகவும், காலங்களின் மாறுதல்களினுலும் சில காலங்களுக்கு வேலையின்றி வாடும் மக்களும் இருக்கத்தான் செய்வார்கள். இத்தகைய பிறழ்ச்சியின் காரணமாக வேலை யின்மை ஏற்படினும் முழுப் போட்டியின் காரணமாகக் கூலியை மாற்றியமைப்பதின் மூலம் நிறைவேலையே கடைசியில் நிலவும் என்று தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் கருதினுர்கள்.

கீன்ச்சின் வேலை வாய்ப்புக் கோட்பாடு

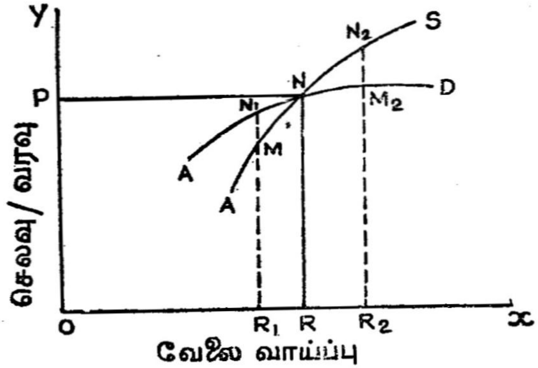
பொருளியல் வல்லுநரான கீன்ச்சின் வேலை வாய்ப்புக் கோட் பாட்டிற்கு அடிப்படையாக விளங்குவது 'விளைவுள்ள தேவை' (Effective Demand) ஆகும். வேலையின்மைக்கு முக்கியக் காரணம் பொருள்களின் தேவை குறைந்து காணப்படுவதே யாகும். பொருள்களின் தேவை அப் பொருள்களின் உற்பத்தி யினளவைக் காட்டிலும் குறைந்து காணப்படும் போது தொழில் முயல்வோன் அப் பொருள்களினுல் பயன் ஏதும் அடைய முடியாமல் போகிறது. எனவே, அப் பொருள்களின் உற்பத்தி யைக் குறைக்க வேண்டிய நிலை ஏற்படுகின்றது. உற்பத்தியின் அளவைக் குறைப்பதற்கு உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவையும் குறைக்க வேண்டியதிருப்பதனுல் தொழிலாளர்கள் வேலையின்றி விடப்படக்கூடிய நிலையும் உருவாகின்றது. எனவே, வேலை யின்மையைப் போக்குவதற்கும், வேலை வாய்ப்பினை அதிகரிப் பதற்கும் சிறந்த வழி விளைவுள்ள தேவையை அதிகரிப்பதே யாகும். விளைவுள்ள தேவை அதிகரிக்குமானுல் வேலையின்மை குறைந்து வேலை வாய்ப்பு அதிகரிக்கும். மாருக விளைவுள்ள தேவை குறையுமானுல் வேலையின்மை அதிகரித்து வேலை வாய்ப்புக் குறையும். எனவே, வேலை வாய்ப்பு விளைவுள்ள தேவையையே பொறுத்துள்ளது. தொகுவன தேவையும் (Aggregate Demand) தொகுவன அளிப்பும் (Aggregate Supply)

சமமாக இருக்குமேயானால் அதனை விளைவுள்ள தேவை என்று குறிப்பிடலாம்.

தொகுவன தேவை என்பது பொருள்களுக்குள்ள மொத்தக் கேள்விலை (demand price) யைக் குறிக்கும். அதாவது பொருள்களை விற்பதினால் கிடைக்கக் கூடிய வரவைக் குறிக்கும். இக் கேள்விலையானது ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு தொழிலாளர்களைக் கொண்டு உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள்களின் விற்று வரவுக்குச் சமமாக இருக்கவேண்டும். தொகு கேள்விலை (Aggregate demand price) அதிகரிக்கும் போது அதாவது தொழில் முயல்வோனின் வருவாய் அதிகரிக்கும்போது வேலையின் அளவும் அதிகரிக்கும். தொகு கேள்விலை குறையும் போது வேலையின் அளவும் குறையும். பொருளை உற்பத்தி செய்வதின் மூலம் வருவாய் அதிகமாகக் கிடைக்கும் போது தொழில் முயல்வோன் உற்பத்தியின் அளவையும் அதிகப்படுத்துகிறான். உற்பத்தியின் அளவை அதிகரிக்க உற்பத்திக் காரணிகளுக்கு வேலை வாய்ப்பினை அளிக்கிறான். எனவே, தொழில் முயல்வோனின் தொகுவன தேவை அல்லது வருவாய் அதிகரிக்கும் போது வேலை வாய்ப்பும் அதிகரிக்கின்றது. மாறாகத் தொகுவன தேவை குறையும் போது வேலை வாய்ப்பும் குறைகின்றது.

தொழில் முயல்வோனின் விற்று வரவு அதாவது வருவாயானது ஒரு குறைந்த பட்ச அளவாவது இருக்க வேண்டும். அப்போதுதான் தொழில் முயல்வோன், தொழிலாளர்களை வேலையில் அமர்த்த முடியும். இதையே தொகு அளிப்பு விலை (Aggregate Supply price) என்று கூறுவார்கள். தொழில் முயல்வோன் ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்து அதை விற்று வரக்கூடிய வருவாயானது தொழிலாளர்கள் அப்பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதற்காகக் கொடுக்கப்படுகிற கூலியின் அளவிற்காவது இருக்கவேண்டும். தெளிவாகக் கூறவேண்டுமானால், தொழில் முயல்வோன் பெருகிற குறைந்த பட்ச விற்று வரவானது உற்பத்திச் செலவுக்குச் சமமாகவாவது அமைய வேண்டும். இல்லையேல் தொழில் முயல்வோன் உற்பத்தியின் அளவைக் குறைக்க முயலுவான். அவ்வாறு உற்பத்தியின் அளவைக் குறைக்கும் போது வேலையின்மை ஏற்படும். மேலும், வேலையின் மாறுதலுக் கேற்றபடி தொழிலாளர்களை வேலையில் அமர்த்துவதற்கு ஏற்றவாறு குறைந்தபட்ச விற்று வரவானது அமைய வேண்டும். எனவே, தொகுவன அளிப்பு என்பது தொழில் முயல்வோனின் உற்பத்திச் செலவு என்று கொள்ளலாம்.

வேலை வாய்ப்பு விளைவுள்ள தேவையைப் பொறுத்த தென்றும், விளைவுள்ள தேவை தொகு தேவை தொகு அளிப்பின் சமநிலையைப் பொறுத்துள்ளது என்பதனையும் ஒரு வரை படத்தின் மூலம் தெளிவாக விளக்கலாம்.



படம் 104

மேலே உள்ள வரைபடத்தில் AD என்ற வளைகோடு தொகு தேவையையும், AS என்ற வளைகோடு தொகு அளிப்பையும் குறிக்கின்றன. இவ்விரு வளைகோடுகளும் N என்ற புள்ளியில் சமமாகின்றன. இப்புள்ளியிலேயே (N) விளைவுள்ள தேவை உருவாகின்றது. தொகு தேவை தொழில் முயல்வோனின் மொத்த வருவாயைக் குறிக்கும். தொகு அளிப்புத் தொழில் முயல்வோனின் மொத்தச் செலவைக் குறிக்கும். எவ்வாறு பொருள்களின் விலையை அப்பொருள்களுக்கான தேவையை யும், அப்பொருள்களின் அளிப்பையும் வைத்துக் கணக் கிடலாமோ அதே போல தொகு தேவையையும், தொகு அளிப்பையும் வைத்து வேலை வாய்ப்பினைக் கணக்கிடலாம். தொகு தேவைத் தொடர்பு (Aggregate demand Function) தொழில் முயல்வோனின் விற்று வரவை அதாவது மொத்த வருமானத்தைக் குறிக்கும். படத்தில் AD என்ற வளைகோடு இதைக் குறிக்கும். தொகு அளிப்புத் தொடர் (Aggregate Supply Function) தொழில் முயல்வோளின் குறைந்தபட்ச விற்று வரவை அதாவது உற்பத்திச் செலவைக் குறிக்கும். வரைபடத்தில் AS என்ற வளைகோடு இதைக் காட்டுகின்றது. இவ்விரு கோடு களும் சமமாகும்வரை வேலை வாய்ப்புக்கு இடமுண்டு.

வரைபடத்தில் தொகு தேவைத் தொடரும், தொகு அளிப் புத் தொடரும் N என்ற புள்ளியில் சமமாவதினால் NR அல்லது

OP அளவில் வருவாயும், உற்பத்திச் செலவும் சமமாக இருக்கின்றது என்று கூறலாம். இந்நிலையில் OR அளவு வேலை வாய்ப்புக் கிடைக்கின்றது. வேலை வாய்ப்பு OR_1 என்ற அளவில் இருக்கும்போது தொழில் முயல்வோனின் தொகு தேவைத் தொடர்பு (வரவு) N_1R_1 என்ற அளவிலும், தொகு அளிப்புத் தொடர்பு (செலவு) MR_1 என்ற அளவிலும் இருக்கின்றன. தொழில் முயல்வோனின் வருவாய் உற்பத்திச் செலவைக்காட்டிலும் அதிகமாக இருப்பதினால் N_1M அளவு இலாபம் பெறுகிறான். எனவே, மேலும் மேலும் வேலை வாய்ப்பினை அதிகரிக்கிறான். அதாவது, இலாபம் கிடைப்பதினால் உற்பத்தியைப் பெருக்குகிறான். உற்பத்தியைப் பெருக்க உற்பத்திக் காரணிகளை மேலும் அதிகரிப்பதினால் வேலை வாய்ப்பு அதிகரிக்கின்றது. OR_2 அளவு தொழிலாளர்களை வேலையில் அமர்த்தும்போது தொழில் முயல்வோனுக்கு M_2R_2 அளவு வரவும் N_2R_2 அளவு உற்பத்திச் செலவும் ஏற்படுகின்றது. இங்கே OR_2 அளவு தொழிலாளர்களை வேலையில் அமர்த்துவதினிமித்தம் தொகு தேவை (வருவாய்) தொகு அளிப்பை (செலவை) விட குறைவாக இருக்கின்றது. எனவே, தொழில் முயல்வோன் N_2M_2 அளவு நட்டம் அடைகிறான். OR_2 அளவு தொழிலாளர்களை வேலையில் அமர்த்துவதினால் தொழில் முயல்வோன் நட்டத்தை அனுபவிக்க வேண்டியிருப்பதினால் அவன் உற்பத்தியின் அளவைக் குறைத்து. அதன் மூலம் வேலை வாய்ப்பினைக் குறைக்கிறான். தெளிவாகக் கூறவேண்டுமானால், தொகு தேவைத் தொடர்பு, தொகு அளிப்புத் தொடர்பை விட அதிகமாக இருக்கும் வரை தொழில் முயல்வோன் தொழிலாளர்களை வேலையில் சேர்த்துக் கொள்வான். தொகு அளிப்புத் தொடர்பு, தொகு தேவைத் தொடர்பைவிட அதிகரிக்கும்போது தொழில் முயல்வோன் தொழிலாளர்களை வேலையில் சேர்த்துக் கொள்வதை நிறுத்திக் கொள்வான்.

தொகு தேவையே வேலைவாய்ப்புக்கு அடித்தளமாக விளங்குகின்றது என்பது கீன்ச்சின் கருத்து ஆகும். இக்கோட்பாட்டின் படி தொகு அளிப்பு மாறாத தன்மையுடையதாகும். எனவே, தொகு தேவைத் தொடர்பே விளைவுள்ள தேவை அல்லது வேலை வாய்ப்பை நிருணயிக்கின்றது. நாட்டின் மொத்த வேலை வாய்ப்பு மொத்தத் தேவையைச் சார்ந்தது என்று கூறலாம். விளைவுள்ள தேவை அதிகரிக்கும்போது வேலை வாய்ப்பும் அதிகரிக்கும். வேலை வாய்ப்பு அதிகரிக்கும்போது நாட்டின் மொத்த வருமானமும் கூடும். வேலை வாய்ப்பு நாட்டின் மொத்த வருமானத்தைச் சார்ந்து இருப்பதினால் நாட்டு வருமானம் கூடினால் வேலை வாய்ப்பும் அதிகரிக்கும் என்பது பொருளியல் வல்லுநரான

கீன்ச்சின் கருத்தாகும். நாட்டு வருமானத்தை (National Income) நாட்டின் நுகர்வு (National Consumption) நாட்டின் முதலீடு (National Investment) என்று இரு பகுதிகளாகப் பிரிக்கலாம். ஒரு சிலர் நாட்டு வருமானத்தை நுகர்வு, தனியார் முதலீடு, அரசாங்க முதலீடு, அயல்நாட்டு முதலீடு என்று நான்கு பகுதிகளாகப் பிரிக்கின்றனர். பொதுவாக நாட்டின் வருவாயை அதிகரிப்பதின் மூலம் வேலை வாய்ப்பினை அதிகரிக்கலாம் என்பதுவே இக்கோட்பாட்டின் கருத்து ஆகும்.

முதலாவதாக நாட்டின் நுகர்வைக் கூட்டுவதின் மூலம் வேலையின்மையைப் போக்கி வேலை வாய்ப்பினை அதிகரிக்கலாம். நுகர்வு என்பது மக்களின் வருமானத்தையும், மக்களின் நுகர்வு விருப்பத்தையும் (Propensity to Consume) பொறுத்துள்ளது. மக்களின் வருமானம் அதிகரிக்கும்போது நுகர்வும் அதிகரிக்கும். ஆனால், வருவாயின் அதிகரிப்பிற்கேற்ப நுகர்வின் செலவு வீதம் அதிகரிப்பதில்லை. நாட்டு வருவாய் ரூபாய் 100 என்று இருக்கும்போது ரூபாய் 70 நுகர்விற்காகச் செலவிட்டால். இந்த 70 ரூபாய் மக்களின் நுகர்வு நாட்டம் என்று கருதப்படும். வருமானம் ரூபாய் 150 என்று அதிகரிக்கும்போது சிறிது அதிகமாக, அதாவது ரூபாய் 80 மட்டுமே நுகர்வில் செலவிடலாம். எனவே, வருவாய் அதிகரிப்பதற்கு ஏற்றபடி மக்களின் நுகர்வு நாட்டம் அதிகரிப்பதில்லை. எனவே, வருவாய்க்கும், நுகர்வுச் செலவுக்குமிடையே உள்ள இடைவெளியை நிரப்ப முதலீட்டை அதிகரிக்க வேண்டும். அவ்வாறு அதிகரித்தால்தான் வேலை வாய்ப்புகள் அதிகரிக்க முடியும்.

கீன்ச்சின் கருத்துப்படி முதலீடு வட்டி வீதத்தையும், முதலீட்டின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனையும் (Marginal Efficiency of Capital) பொருத்துள்ளது. தொழில் முயல்வோன் முதலீட்டின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனையும், வட்டிவீதத்தையும் ஒப்பிட்டுப் பார்த்துச் சாதகமெனத் தோன்றினாலே முதலீடு செய்ய முயலுவான். முதலீட்டின் இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் வட்டியின் வீதத்தைவிட அதிகமாக இருக்கும் வரை முதலீட்டை அதிகரித்துக் கொண்டே செல்வான். வட்டிவீதம் இறுதிநிலை ஆக்கத் திறனைவிட அதிகமாக இருக்குமேயானால் தொழில் முயல்வோன் முதலீடு செய்யமாட்டான்.

முதலீடு இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனை மட்டுமன்றி, வட்டி வீதத்தையும் பொருத்துள்ளது. வட்டிவீதம் பணத்தினளவையும் (Quantity of Money) நீர்மை விருப்பத் தேர்வையும் (Liquidity

Preference) பொருத்துள்ளதாகும். கொடுக்கல் வாங்கலுக்காகவும் (transactive Motive) எச்சரிக்கை ஊக்கியாகவும் (Precautionary motive); ஊகவாணிக நோக்குடனும் (Speculative motive) மக்கள் தங்கள் வருமானத்தில் ஒரு பகுதியை நீர்த்த நிலையில் வைத்திருக்கிறார்கள். இதற்கு நீர்மை விருப்புத் தேர்வு என்று பெயர். குறிப்பிட்டக் காலத்திற்கு இந்நீர்மை விருப்பத்தை ஒத்திப்போடுவதற்காகக் கொடுக்கப்படும் கைம்மாறே வட்டியாகும். அதிகமான வட்டி கிடைக்குமானால் மக்கள் தங்கள் நீர்மை விருப்புத் தேர்வைக் கைவிட முன் வரலாம். வட்டியானது பணத்தின் அளிப்பையும், பணத்தின் தேவையையும் பொறுத்துள்ளது. பணத்தின் அளிப்பு வங்கி முறையின் மூலம் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. பணத்தின் அளிப்பு மாறாதிருக்குமேயானால் வட்டி பணத்தின் தேவையைப் பொருத்து அமையும். நீர்மை விருப்பத் தேர்வு மாறாத நிலையில் இருக்கும்பொழுது பணத்தின் அளிப்புப் பெருகினால் வட்டி வீதம் குறைவாகவே காணப்படும்.

கீன்ச்சின் கருத்துப்படி வேலையினளவு தொகுவன அளிப்பையும் (aggregate supply) தொகுவனத் தேவையையும் (aggregate demand) சார்ந்ததாகும். ஆனால், தொகுவனத் தேவை நுகர்வு நாட்டத்தையும், முதலீட்டின் அளவையும் சார்ந்துள்ளது. பொதுவாகத் தொகுவன அளிப்பும், நுகர்வு நாட்டமும் மாறாமல் இருக்குமாதலால் முதலீட்டின் அளவைப் பொருத்தே வேலையின் அளவில் வேறுபாடுகள் காணப்படுகின்றன. முதலீடு என்பது அம் முதலீட்டின் இறுதிநிலை ஆக்கத் திறனையும் (Marginal Efficiency of Capital) வட்டி வீதத்தையும் பொறுத்துள்ளது. நுகர்வு நாட்டம் நிலையாக அல்லது மாறாமல் இருக்கும்பொழுது வேலையினளவு முதலீட்டினளவிற்கேற்ப மாறுபடுகிறது. வேலையினளவை அதிகப்படுத்துவதற்குக் குறைந்த வட்டி வீதமும், அதிகமான முதலீட்டின் இறுதிநிலை ஆக்கத்திறனும் மிகவும் உதவிபுரிகின்றன. எனவே, வேலையினளவு முதலீட்டின் மூலம் நிருணயிக்கப்படும் என்று கீன்ச் கூறுகின்றார்.

பெருக்கி (Multiplier)

நாட்டு வருவாய் முதலீட்டைச் சார்ந்திருக்கும். முதலீடு உயருமாயின், நாட்டு வருவாயும் பெருகும். ஆனால், முதலீட்டின் உயர்வைவிட நாட்டு வருவாயின் உயர்வு அதிகமாகயிருக்கும். முதலீட்டின் உயர்வைக்காட்டிலும் பலமுறை நாட்டு வருவாயின் உயர்வு இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக முதலீடு ரூ. *100*

இலட்சங்கள் என்று கொள்வோம். இது நாட்டு வருவாயை 100 அல்லது 200 அல்லது 400 முறைகள் உயரச் செய்யலாம். இத்தகைய முதலீட்டினுல் முதலீட்டு உயர்விற்கும், நாட்டு வருவாயின் உயர்விற்குமிடையேயுள்ள தொடர்பினை முதலீட்டுப் பெருக்கி விளக்குகிறது.

எடுத்துக்காட்டாக மக்கள் தங்கள் வருவாயில் 90 விழுக்காட்டை நுகர்வு பொருள்களுக்குச் செலவிடுவதாகக் கொள்வோம். அரசு சாலைப் போக்குவரவு கட்டுவதற்காக ரூ. 100 இலட்சம் அதிகமாகச் செலவிடுவதாகக் கொள்வோம். இத்தகைய சாலையமைப்புப் பணிகளில் ஈடுபடும் பணியாளர்களின் வருவாய் ரூ. 100 இலட்சத்திற்கு உயரும் என்பதை நாம் அறிவோம். எனவே, முதலீட்டில் ரூ. 100 இலட்சம் அதிகமாகச் செலவிட்டதால் மக்களின் வருவாய் ரூ. 100 இலட்சம் அதிகமாக உயர்ந்தது. இவர்கள் தங்களுடைய வருவாயில் 90 விழுக்காட்டை நுகர்வுப் பொருள்களில் செலவிடுவார்கள் என்று எடுத்துக் கொண்டோம். இதனுல் நுகர்வுப் பொருள்களை உற்பத்திச் செய்து கொடுப்பவர்களின் வருவாய் 90 விழுக்காடு உயரும். (100 இலட்சம் $\times \frac{90}{100}$ = ரூ. 90 இலட்சம்) இவர் இதற்குப் பதிலாக ரூ. 81 இலட்சத்தை (90 $\times \frac{90}{100}$) நுகர்வுப் பொருள்களில் செலவிடுவார்கள். இவ்வாறு பல நிலைகளில் வரும் வருவாய் உயர்வுகளைக் கூட்டினுல் நாட்டின் வருவாய் ரூ. 1,000 இலட்சமாக உயர்ந்திருப்பதைக் காணலாம். இவ்வாறு ரூ. 100 இலட்சம் முதலீடு உயர்ந்ததால் ரூ. 1,000 இலட்ச உயர்வை நாட்டு வருவாயில் காணலாம். இவ்வெடுத்துக்காட்டில் பெருக்கி (Multiplier) 10 எனலாம்.

பெருக்கியைக் கணக்கிடுதல்

பெருக்கியை ஓர் எளிதான முறையில் கணக்கிடலாம். இறுதிநிலை நுகர்வின் மனச்சார்பை (Marginal Propersity to Consume) அல்லது இறுதிநிலை சேமிப்பு மனச்சார்பை (Marginal Propersity to save) பெருக்கி சார்ந்திருக்கும்.

இறுதிநிலைச் சேமிப்பு மனச்சார்பு ஒன்று (1) என்று கொள்வோம். இதில் இறுதிநிலை நுகர்வு மனச்சார்பு (0) பூச்சியமாகயிருக்கும்.

(1) இறுதிநிலை நுகர்வு மனச்சார்பு $\frac{9}{10}$ ஆக இருக்கும் பொழுது இறுதிநிலைச் சேமிப்பு மனச்சார்பு $\frac{1}{10}$ ஆகயிருக்கும். எனவே, பெருக்கியைக் கீழ்க்கண்டவாறு கணக்கிடலாம்.

பெருக்கியைப் பொதுவாக 'K' என்று குறிப்பிடுவர்.

$$K = \frac{1}{\text{இறுதிநிலைச் சேமிப்பு மனச்சார்பு}}$$

$$\therefore \; K = 1 \div \frac{1}{10}$$

$$= \frac{1 \times 10}{1} = 10$$

பெருக்கி 10 ஆகும்.

(2) இறுதிநிலை நுகர்வு மனச்சார்பு $\frac{4}{5}$ எனக் கொண்டால் இறுதிநிலைச் சேமிப்பு மனச்சார்பு $\frac{1}{5}$ ஆகும்.

$$\text{எனவே, } K = \frac{1}{\frac{1}{5}}$$

$$= 1 \div \frac{1}{5}$$

$$= 1 \times \frac{5}{1} = 5$$

பெருக்கி 5 ஆகும்.

இறுதிநிலை நுகர்வு மனச்சார்பு பூச்சியமாகயிருப்பின், பெருக்கி ஒன்ருகயிருக்கும்.

$$1 \div \frac{1}{0}$$

$$= \frac{1}{1} = 1$$

இந்நிலையில் வருவாயின் உயர்வு, முதலீட்டின் உயர்வுக்குச் சமமாகயிருக்கும். சமுதாய வருவாயில் பல முறை பெருக்கம்

இருக்காது. ஆனால், இந்நிலைப் பொதுவாக ஏற்படாது. அது போன்றே இறுதிநிலை நுகர்வு மனச்சார்பு ஒன்றாக (1) இருக்கும் பொழுது, பெருக்கி எல்லையற்றதாக (infinite) இருக்கும். இதுவும் ஏற்படாத நிலையாகும். பெருக்கி பொதுவாகப் பூச்சியத்திலிருந்து ஒன்றுக்குள் இருக்கும்.

கூடுதல் முதலீட்டின் காரணமாக வேலையில் உயர்வு இருப்பின், மொத்த வேலையில் பல மடங்கு உயர்வு இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாகக் கூடுதலாக 500 வேலையாட்கள் ஒரு வேலையில் ஈடுபடுவதாகக் கொள்வோம். இதன் காரணமாக 20,000 ஆட்கள் அதிகமாக வேலை செய்வதாகக் கொள்வோம். இந்நிலையில் வேலைப் பெருக்கி (Employment Multiplier) 4 ஆக இருக்கும்.

ஆனால், பல காரணங்களினால் பெருக்கியின் அளவு குறையலாம். வெளி நாட்டுப் பொருள்களில் வருவாயின் ஒரு பகுதி செலவிடப்படுவதாகக் கொள்வோம். இதனால் வெளி நாடுகள் அதிக நன்மையை அடையும். பின் தங்கிய நாடுகளில் இறுதி நிலை நுகர்வு மனச்சார்பு அதிகமாயிருப்பினும், பல காரணங்களினால் பெருக்கியின் விளைவு அதிகரிப்பதில்லை. எடுத்துக்காட்டாக இந்நாடுகளில் நுகர்வுப் பொருள்களை உற்பத்தி செய்யும் தொழில்களில் அதிக அளவு தாங்கும் திறமையில்லை. ஆனால், பெருக்கியின் விளைவு தொழில்துறை நாடுகளில் அதிகமாகக் காணப்படுகின்றன.

18. பொது நிதியியல்
(Public Finance)

அரசின் வருவாய்களையும் செலவுகளையும் பொது நிதியியல் நிருவகிக்கின்றது. பொருளியலில் பொது நிதியியல் ஒரு சிறப்பான பங்கு பெற்றுள்ளது. எனவே, பொது அதிகாரிகளான மத்திய அரசு, மாநில அரசுகள், முனிசிபாலிடி, பொதுக் கழகங்கள் (public corporations) போன்றவைகளின் வருவாய்களையும் செலவுகளையுமே பொது நிதியியலில் பயில்கிறோம்.

பொதுச் செலவுகளையும் (Public Expenditure) பொது வருவாயையும் (Public Revenue); பொதுக் கடனையும் (Public Debt); பொது நிருவாகத்தையும் (Public Administration) பற்றிப் பயில்வதே பொதுநிதியாகும்.

பொதுச் செலவு (Public Expenditure)

பொது நிதிகளைச் செலவிடும் கொள்கைகளையும், சிக்கல்களையும் பொதுச் செலவு ஆய்கிறது. தற்காலத்தில் நல அரசுக் (Welfare State) கொள்கையின் தோற்றத்தினால் பொதுச் செலவின் அளவு அதிகரித்துக் கொண்டே வருகிறது. பணத்தைச் செலவிடுவது மட்டுமே பொதுச் செலவு என்றும், அதன் பணி அத்துடன் நின்று விடுகிறது என்றும் பரவலான கருத்து நிலவி வருகிறது. அனைத்துப் பொது நலச் செலவும் உற்பத்தியற்றது (unproductive) என்று சிலர் கருதுகின்றனர். இக் கருத்துச் சரியல்ல. நாட்டின் செல்வத்தை உற்பத்தி செய்வதிலும், அதைச் சமுதாயத்திற்குப் பகிர்வு செய்வதிலும் பொதுச் செலவு கவனம் செலுத்துகிறது.

பொதுச் செலவின் பெரும் பகுதி உற்பத்தி நடவடிக்கைகளுக்கும், வாணிப நடவடிக்கைகளுக்கும் செலவிடப்படுகின்றது. எடுத்துக்காட்டாகப் போக்குவரத்து, செய்தித் தொடர்பு, பாசனவசதி, போன்றவைகளின் மீது செலவிடப்படுவதைக் கூறலாம். மேலும், இவைகளிலிருந்து வருவாயும்

கிடைக்கின்றது. இவ்வாறு பொதுச் செலவு உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்குமட்டுமல்லாமலும், சமுதாயத்திற்குச் செல்வம் பகிர்ந்தளிக்கவும் செய்கிறது.

சண்டைப் போன்ற பாதுகாப்புச் செலவுகளுக்குப் பொதுச் செலவு ஈடுபடுத்துவது உற்பத்தியற்றது என்று சிலர் கருதுகின்றனர். ஆனால் இது தவறான கருத்தாகும். ஏனெனில், இச் செலவிடும் பொழுது நாட்டு மக்கள், தங்கள்மீது வெளி நாட்டின் படையெடுப்பின் அச்சத்திலிருந்து நீக்கப்படுகிறார்கள். மேலும், மக்கள் உற்பத்தி நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடத் தூண்டப்படுகிறார்கள். வெளிநாட்டுப் படையெடுப்பு இருப்பின் மக்கள் அச்சத்தினால் உற்பத்தி நடவடக்கைகளில் ஈடுபடமாட்டார்கள். எனவே, பாதுகாப்பு மற்றும் சண்டைச் செலவு நாட்டின் உற்பத்தியை மறைமுகமாகத் தூண்டுகிறது. மேலும், சண்டைத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய பல தொழில்கள் உற்பத்தியின் அளவைப் பெருக்க முயற்சி செய்யும்.

பொதுச் செலவு நாட்டின் பகிர்வு முறையையும் சிறக்கச் செய்கிறது. தற்பொழுது நாட்டின் செல்வம் முறையில்லாமலும், சமமில்லாமலும் பகிர்வு செய்யப்பட்டுள்ளது. இதனால் மக்களில் பெரும் பகுதி பட்டினியாலும், செல்வமின்றியும் வாடுகின்றனர்; சிலர் மேன்மேலும் செல்வந்தர்களாகி வருகின்றனர். இந்நிலை நாட்டின் வளத்தை ஊறுபடுத்துமாதலால் அரசு இத்தகைய செல்வத்தின் ஏற்றத் தாழ்வுகளைப் போக்குவதற்கு முயற்சி செய்யவேண்டும். எனவே, செல்வந்தர் மீது வளர் வீதத்தில் (Progressive) வரி விதித்தும்; ஏழைகளுக்கு உதவுவதற்குப் பொதுச் செலவையும் செய்து அரசு பகிர்வை ஒழுங்குபடுத்தவேண்டும். எனவே, நாட்டின் செல்வத்தையும் உற்பத்தியைப் பெருக்குவதற்கும், சமுதாயத்தில் செல்வத்தைப் பகிர்வு செய்வதற்கும் பொதுச் செலவில் கவனம் செலுத்த வேண்டியுள்ளது.

இனிப் பொதுச் செலவை வகைப்படுத்துதலைப் பற்றிக் காண்போம். பொதுச் செலவைக் கீழ்க்கண்டவாறு பிரிக்கலாம்:

1. பாதுகாப்புச் செலவு
   (Expenditure on defence)

2. அரசின் சமுதாய நடவடிக்கைகளின் மீதான செலவு. இதில் கல்வி, சுகாதாரம் போன்றவைகளின் செலவுகள் அடங்கும்.

3. கடன் பணிகளின் (Debt Services) செலவு. அரசு கொடுக்கவேண்டிய பொதுக் கடன்களுக்கு வட்டி கொடுக்கவேண்டியிருக்கும். இந்த வட்டித் தொகை கடன் பணிகளில் அடங்கும்.

4. அரசின் மீதான செலவு, நிருவாகச் செலவு (Expenditure on Administration).

5. பொதுத் துறைத் திட்டங்களின் (Public Sector projects) மீதான செலவு.

மத்திய அரசும் மாநில அரசுகளும் தங்களுடைய பொறுப்புகளுக்கு ஏற்பப் பொதுச் செலவு செய்கின்றன. எடுத்துக் காட்டாகப் பாதுகாப்புச் செலவு, மாநிலங்களுக்கு உதவும் செலவுகள், கடன் பணிகளின் செலவு, வருவாய் வசூலிக்கும் செலவு போன்றவைகள் மத்திய அரசு செலவிடக் கூடிய பொதுச் செலவாகும்.

நிருவாகப் பணிகளின் (administrative services) செலவு, உள் நாட்டு அமைப்புகளுக்கு (local bodies) உதவித் தொகை வழங்குதல் போன்றவைகள் மாநிலச் செலவில் அடங்கும்.

நம் நாட்டின் மொத்தச் செலவில் மூன்றில் ஒரு பகுதி பாதுகாப்புச் செலவாகும். 1950-51 ஆம் ஆண்டில் இருந்த வருவாய்ச் செலவு (revenue expenditure) ரூ. 365 கோடியிலிருந்து 1973-74 - ஆம் ஆண்டில் ரூ. 4750 கோடிகளாக உயர்ந்துவிட்டது. இது மத்திய அரசின் மொத்தச் செலவாகும். இது போன்றே ரூ. 390 கோடிகளிலிருந்து ரூ. 4320 கோடிகளாக 1972-73 ஆம் ஆண்டில் மாநிலங்களின் வருவாய்ச் செலவு உயர்ந்துவிட்டது.

பொதுச் செலவு நாளுக்கு நாள் உயர்ந்து கொண்டே செல்கிறது. இந்நிலை உலகத்தின் அனைத்து நாடுகளிலும் காணக் கூடியதாகும். எடுத்துக்காட்டாக முதல் உலகப் போருக்குப் பின்னர் எல்லா நாடுகளிலும் பொதுச் செலவு உயர்ந்துவிட்டன. அரசுகள் புதிய புதிய பணிகளை மேற்கொள்ளுகின்றன. இந்தியாவில் பொதுச் செலவு ஆறு மடங்கும், பிரெஞ்சு நாட்டில் ஒன்பது மடங்கும், அமெரிக்காவில் ஐந்து மடங்தும் பொதுச் செலவு உயர்ந்து விட்டது என்பதைக் காணும் பொழுது அரசின் பொதுப் பணிகளின் அளவின் உயர்வைக் கண்டு கொள்ளலாம்.

இவ்வாறு பொதுச் செலவு உயருவதற்கான காரணங்கள் பலவகைப்படும்.

முதலில் மக்கள் தொகை வளர்ச்சியைக் குறிப்பிடலாம். மக்கள் தொகை மிக அதிக அளவில் உயர்வதோடு கூட அவர்கள் நகர்ப்புறங்களில் குடியேறத் தொடங்கிவிட்டனர். இதனால் அவர்களையும், அவர்களுடைய பொருள்களைப் பாதுகாப்பது மட்டுமல்லாமல் பெருகிவரும் மக்கள் தொகையினால் சுகாதாரம், கல்வி போன்றவைகளுக்கு அரசு அதிகமாகச் செலவிட வேண்டியுள்ளது. எனவே, மருத்துவமனைகள், விளையாட்டு மைதானங்கள், பொதுச் சுகாதாரம், உயர் கல்வி போன்றவைகளின் பொதுச் செலவு அதிகமாகிறது.

இரண்டாவதாக, அரசு 'நல அரசை' (Welfare State) உருவாக்கும் திட்டத்தில் ஈடுபட்டுள்ளது. அரசு பங்கேற்காதப் பொருளியல் நடவடிக்கையே இல்லை எனலாம். பண்டைக் காலத்தில் நேர்மையும், அமைதியும், சட்டமும் நாட்டில் நிலவும் பணிகளை மட்டுமே அரசு கவனித்து வந்தது. ஆனால், இன்றைய தேவை 'நல அரசு' அமைப்பதே. எனவே, சமுதாய முன்னேற்றமும், பொருளாதார முன்னேற்றம் அடைய அரசு அனைத்துப் பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகிறது. இவ்வாறு நல அமைக்கும் நோக்கத்துடன் செயல்படும் அரசிற்குப் பொதுச் செலவு அதிகமாகவேயிருக்கும்.

மூன்றாவதாக, பொருளாதாரத்தை நல்ல நிலையில் வைத்திருக்கப் பொதுச் செலவு அதிகமாகயிருக்கும். பொருளாதாரத்தில் மந்தநிலை (depression) ஏற்படும் பொழுது அதைத் தடுக்கவும், ஒழிக்கவும் பொதுச் செலவு ஒரு சிறந்த கருவியாகும். இந்நிலையில் வேலை வாய்ப்புகளைப் பெருக்குவதற்கும், பொருள்களின் தேவையை அதிகரிக்கவும் அரசு நடவடிக்கைகள் எடுக்க வேண்டியுள்ளது. திட்டங்களை நிறைவேற்றியும், பொதுப் பணிகளைப் பெருக்கியும் பலருக்கு வேலை வாய்ப்பு அளிக்கலாம்; தொழில் நடவடிக்கை (business activity) யின் அளவும் உயரும். இவ்வாறான பொதுப் பணிகளுக்குப் பொதுச் செலவு அரசு செய்ய வேண்டும். இதனாலும் பொதுச் செலவு உயருகிறது.

நான்காவதாக, பொருளாதார முன்னேற்றம் ஏற்படுவதற்கும், திட்டங்களை நிறைவேற்றுவதற்கும் பொதுச் செலவு அதிகமாக ஆகும். நாட்டில் போக்குவரவு, செய்தித் தொடர்பு

போன்றவைகளுக்கு மட்டுமின்றி வேளாண்மை போன்ற தனியார் துறையை வளர்ப்பதற்கும், தொழில் நடவடிக்கைகளை நேரிடையாக நடத்துவதற்கும் பொதுச் செலவு அதிகமாகும். இத்தகைய பொருளாதார முன்னேற்றத் திட்டங்கள் பின் தங்கிய நாடுகளும், முன்னேற்றமடைந்து வரும் நாடுகளும் விரைவில் பொருளாதாரத்தை உயர்த்த பெரிய அளவில் பொதுச் செலவைச் செய்ய வேண்டியுள்ளது. மேலும், இந் நாடுகள் திட்டங்களை மேற்கொண்டுள்ளன. வாழ்க்கைத் தரத்தை (Standard of living) உயர்த்தவும்; செல்வத்தினால் ஏற்படும் ஏற்றத் தாழ்வுகளை நீக்கவும்; பொருளாதாரத் திறனை (economic efficiency) உயர்த்தவும் திட்டங்களை நிறைவேற்று வதில் செலவு மிகுதியாக ஏற்படும்.

ஐந்தாவதாக, விலை நிலையின் (Price level) உயர்வும் பொதுச் செலவிற்குக் காரணமாகும். கடந்த முப்பது ஆண்டுகளாக அரசுகளின் பணச் செலவு (Money expenditure) மிக அதிக மாகவே ஏற்பட்டுள்ளன. இதன் விளைவாக அரசு பொருள் களையும், பணிகளையும் வாங்குவதற்கு அதிக விலை கொடுக்க வேண்டியுள்ளது. வளர்ந்து வரும் செலவுகளுக்கு ஏற்ப அதிக மான வளங்களைத் (resources) திரட்ட வேண்டியுள்ளது.

இறுதியாக, சண்டைகளும் பொதுச் செலவை உயர்த்து கின்றன. சண்டைகளுக்கான ஆயுதங்கள் முன்னேற்றமடைந் துள்ளதாலும், சண்டையிடும் செலவு அதிகமாவதாலும், சண்டைக் காலங்களில் பலவிதக் கட்டுப்பாடு விதிக்கப்படு வதாலும் அரசின் பொதுச் செலவு அதிகமாக ஆகின்றது. மேலும், சண்டைக்காலங்களில் பொதுக் கடன்கள் (Public debtes) அதிகரிக்கின்றன. இப் பொதுக் கடன்களுக்கு வட்டிக் கொடுப்பதோடு, முதல் கடனையும் திருப்பிக் கொடுக்கும் செலவினால் பொதுச் செலவு அதிகமாகிறது. அயல் நாட்டுப் படையெடுப்பின் அச்சுறுத்தலினால் நாடு பாதுகாப்பு நடவடிக் கைகளைப் பெருக்கி, எப்பொழுதும் தங்களைப் பாதுகாத்துக் கொள்ளத் தயாராகயிருக்கவேண்டியுள்ளது. எனவே, அமை திக் காலங்களில்கூட பாதுகாப்புச் செலவினால் பொதுச் செலவு அதிகரிக்கின்றது. நம் நாட்டுப் பொதுச் செலவில் சுமார் மூன்றில் ஒரு பங்கு பாதுகாப்புச் செலவிற்கு ஆகிறது.

பொதுவாகப் பொதுச் செலவை முழு வேலை வாய்ப்புப் பெறு வதற்கும், பொருளாதார நிலையை உயர்த்திப் பாதுகாக்கவும், பொருளாதார ஏற்றத் தாழ்வுகளை நீக்கவும், நாட்டின் உற்பத்தித் திறன் (productive capacity) பெருக்கவும் பயன்படுத்தலாம்.

ஆனால், சண்டை போன்ற உற்பத்தியற்றச் செலவுகளுக்குப் பொதுச் செலவைப் பயன்படுத்துதல் சரியல்ல. எனினும், அது தவிர்க்க முடியாத தீங்காகும். (unavoidable eviles) ஆனால், மேலும் பல தொழில்கள் சண்டைக்காலத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய தோன்றுவதால் உற்பத்திப் பெருகும், வேலை வாய்ப்பும் உயரும் எனலாம். இந்நிலையில் சண்டைச் செலவும் உற்பத்திச் (productive) செலவே ஆகும்.

பொது வருவாய் (Public Revenue)

அரசு பொதுச் செலவு (Public Expenditure) செய்ய நிதித் தேவைப்படுகிறது. அரசின் பணிகளும் பங்குகளும் நாளுக்கு நாள் பெருகிவருகின்றன. இவ்வாறு வளர்ந்து கொண்டே வரும் பணிகளைச் செய்ய அரசு நிதியைத் திரட்டுகிறது. இந் நிதிக்குப் பொது வருவாய் என்று பெயர். இது அரசுக்கு வருவாய் என்பதால் இந்நிதியைப் பொது வருவாய் (public income) என்றும் கூறுகிறோம்.

அரசு பொது வருவாயைப் பலவிதங்களில் திரட்டுகிறது. பொது வருவாய் பெறும் வழிகள் (Sources of public revenue) வரிகள் (Taxes); கட்டணம் (Fees); தண்டம் (Fines); வெகுமதி (Gift); பொது நிறுவனங்களின் வருவாய் (Revenue from Public enterprises); விலை (Price) போன்றவைகளாகும்.

1. வரிகள் (Taxes)

பொதுப் பயனுக்காக அரசு விதிக்கும் கட்டாயச் செலுத்த லுக்கு வரி என்று பெயர். ஆனால், வரி செலுத்துபவர்களுக்கு மட்டும் என்று தனியாக அரசு எந்தப் பணியும் செய்வதில்லை. அதாவது வரி செலுத்துபவர்களுக்கு நேரிடையாகப் பதில் பயன் கிடையாது. அரசின் வருவாயில் பெரும் பகுதி வரிகள் வாயிலாகவே வருகின்றது. பேராசிரியர் செலிக்மன் (Prof. Seligman) கூறுவதுபோல (1) வரி கட்டாயமாகச் செலுத்தப் படும் நிதியாகும்; (2) இந்நிதி நாட்டு மக்களின் பொதுப் பயன் களுக்காகச் செலவிடப்படும்; (3) வரி செலுத்துவோர் தனி யான பணியை இந் நிதியிலிருந்து பெறமட்டார்கள்.

2. கட்டணம் (Fees)

அரசு செய்த நன்மைகளுக்குப் பதிலாகச் செலுத்துவதே கட்டணமாகும். இது கட்டாய விதிப்பு அன்று; ஏனெனில்,

அரசின் நன்மைகளைப் பெற்றவர்கள் மட்டும், தாம் பெற்ற நன்மைகளுக்கு ஈடாகச் செலுத்தும் தொகையே கட்டண மாகும். இது அரசு செய்த நிருவாகப் பணிக்காக (Administrative service) மக்கள் செலுத்துவதேயன்றித் தொழில் பணிக்காகச் செலுத்துவது அன்று. எடுத்துக்காட்டாக வழக்கு மன்றக் கட்டணம் (court fee); பள்ளிக்கூடக் கட்டணம் (School fee) போன்றவைகள் நிருவாகக் கட்டணங்களே. இவைகளைக் கட்டணம் (Fees) என்று கூறுகிறோம்.

3. தண்டம் (Fines)

மக்கள் செய்யும் குற்றங்களுக்காக அரசு வசூலிக்கும் தொகையே தண்டம் என்று கூறப்படும். தண்டம் ஓர் அரசு வருவாய் என்று கூறினாலும், அது மக்களைத் தவறுகளிலிருந்து திருத்தி நல்வழிப்படுத்தும் சாதனம் என்றும் கூறலாம்.

4. வெகுமதி (Gift)

பொது நலத்தில் ஈடுபாடு கொண்டும், நாட்டுணர்ச்சி (patriotic) கொண்டுள்ள மக்களும் நிறுவனங்களும் தாங்களாகவே, கட்டாயமின்றிக் கொடுக்கும் நிதிக்கு வெகுமதி என்று பெயர்.

5. பொது நிறுவனங்களின் வருவாய்

பொருளாதார நடவடிக்கைகள், தொழில் நடத்துவது போன்ற பணிகளை நாளடைவில் எல்லா அரசுகளும் செய்து கொண்டு வருகின்றன. பொது நிறுவனங்கள் பலவற்றை அரசு நேரிடையாக நடத்தி வருகின்றன. போக்குவரவு, செய்தித் தொடர்பு போன்றவைகளை அரசு முழுமையாக நேரிடையாக நடத்தி வருகின்றன. மேலும், வங்கிகள் (banks) ஈட்டுறுதி (Insurance) போன்ற பணிகளையும் அரசு மேற்கொண்டு வருகின்றன. இவைகளில் கிடைக்கும் வருவாய்களும் பொது வருவாயில் அடங்கும்.

6. விலை (Price)

அரசு தாங்கள் நடத்தி வரும் பொது நிறுவனங்களின் மூலமாகப் பொருள்களையும் பணிகளையும் விற்று வருகின்றன. இவ்வாறு பொருள்களையும், பணிகளையும் விற்பதால் வரும் நிதியே விலை எனப்படும். இது கட்டணத்திலிருந்து (Fees) மாறுபட்டது. கல்வி போன்ற பொதுப் பயன்களுக்குச் செலுத்தப்

படுவதே கட்டணமாகும். ஆனால், விலையில் பொதுப் பயன் ஏதும் இல்லை.

வருவாய் வழிகள்
(Sources of Revenue)

மத்திய அரசின் வருவாய் வழிகளை வரி வருவாய் (Tax Revenue) என்றும் ; வரியற்ற வருவாய் (Non-tax Revenue) என்றும் இரு பெரும் பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம். வரி வருவாயில் கீழ்க்கண்டவைகள் அடங்கும். (1) சுங்கக் கட்டணம் (Customs duties) ; (2) மத்தியக் கட்டணம் (Central excise) ; (3) வேளாண்மை வருவாய் நீங்கலான வருவாய் வரி (Income tax other than on Agricultural Income) ; (4) கழக வரி (Corporation tax) ; (5) செல்வ வரியும் வெகுமதி வரியும் (Wealth tax and Gift tax).

இவைகளைத் தவிர சில வரியற்ற வருவாய்களும் உள்ளன. அவை (1) இரயில் போக்குவரவு, தபால் தந்தி போன்றவைகளின் இலாபத்தின் பங்கு பொது வருவாய்க்கு மாற்றம் செய்யும் பகுதி (Share of profits of railways, Post and telegraphs etc; transferred to General revenue) ; (2) காசோலை, மாற்றுச் சீட்டு போன்ற மாற்றுரிமை ஆவணங்களின் மீதான முத்திரைக் கட்டணம் (Stamp duty on negotiable instruments like cheques, Bills of Exchange etc). (3) ரிசர்வு வங்கியின் இலாபம் (Profits to the Reserve Bank of India) ; (4) மத்திய அரசின் தொழில் நிறுவனங்களின் இலாபம் (Profits from Central Government business enterprises) ; (5) பல்நோக்குத் திட்டங்களின் வருவாய் (Revenue from multi purpose river Schemes).

மாநில அரசுகளின் வருவாய் வழிகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம் :

1. நில வருவாய் (Land Revenue)
2. விற்பனை வரி (Sales tax)
3. வேளாண்மை வருவாய் வரி (Agricultural Income tax).
4. நிலத்தின் வரிகள் (Taxes on Land)
5. விளம்பர வரி (Taxes on Advertisements)
6. சாலை வாகன வரி (Taxes on Road Vehicles)

7. மின்சாரக் கட்டணம் (Electricity Charge)

8. முத்திரைக் கட்டணம் (Stamp duties)

மேலும் மத்திய அரசு வசூலிக்கும் சுங்க வரி, மத்தியக் கட்டணம் போன்றவைகளில் ஒரு பகுதியை மாநில அரசுகளுக்கு வழங்குகிறது. இவைத் தவிர மாநில அரசுகள் மத்திய அரசிடமிருந்து கடன்களும் பெறுகின்றன. 1972-73 ஆம் ஆண்டில் மத்திய அரசு மாநில அரசுகளுக்கு வரிகள், கட்டணங்களின் முறையில் ரூ. 1,005 கோடிகளையும்; உதவித் தொகையின் வாயிலாக ரூ. 880 கோடிகளையும்; கடன்களின் முறையில் ரூ. 1800 கோடிகளையும்; வருவாய்களையும் மாற்றியுள்ளது.

வரி விதிப்பு விதிகள்
(Canons of Taxation)

நல்ல வரி விதிப்பு முறையில் சில சிறப்பியல்புகள் காணப்படுகின்றன. அரசு விதிக்கும் வரிகள் சில விதிகளுக்குள்ளும், கோட்பாடுகளுக்குள்ளும் அடங்குகின்றன. தன்னுடைய நூலான 'நாடுகளின் செல்வம்' (Wealth of Nations) என்ற நூலில் ஆடம்ஸ்மித் (Adam smith) வரி விதிப்பின் சில விதிகளைக் கொடுத்துள்ளார். அவைகள் (1) சமத்துவ விதி (Canon of equality); (2) நிச்சய விதி (Canon of certainty); (3) வசதி விதி (Canon of convenience); 4. பொருளாதார அல்லது சிக்கன விதி (Canon of economy).

1. சமத்துவ விதி (Canon of equality)

இவ்விதியை திறமை விதி (Canon of equality) என்றும் கூறலாம். தங்களுடைய வருவாய்க்கு ஏற்ப, தங்களால் முடிந்த அளவுக்கு வரி செலுத்த ஒவ்வொருவரும் முன்வர வேண்டும். இத்தகைய திறமையின் அடிப்படையிலும் சமத்துவ அடிப்படையிலும் அரசு வரி விதிக்க வேண்டும். அரசின் ஆதரவில் வருவாயை அனுபவிக்கும் வீதத்தில், தங்களுடைய திறமைக்கு ஏற்றவாறு ஒவ்வொரு குடிமகனும் தன்னால் இயன்றவரை அரசுக்கு உதவி செய்யும் பொருட்டு வரி செலுத்த வேண்டும் என்ற கருத்தின் அடிப்படையில் ஆடம் ஸ்மித் இக் கொள்கையை விளக்கியுள்ளார். ("The subjects of every state ought to contribute to the support of the Government as nearly as possible, in proportion to their respective abilities, that is, in proportion to the revenue which they respectively enjoy under the protection of

the State"—Adam Smith) எனவே, வரி மக்களின் திறமையைப் பொருத்தே இருக்க வேண்டும். திறமை வருவாயைப் பொருத்து அமையும். சமத்துவ அடிப்படையில் வரி செலுத்த வேண்டும் என்று கூறும்பொழுது நாட்டிலுள்ள அனைவரும் ஒரே அளவில் வரி செலுத்த வேண்டும் என்பதல்ல. ஏனெனில், ஏழைகளையும் செல்வந்தர்களையும் ஒரே அளவு வரி செலுத்த வேண்டும் என்றால் அது நியாயமற்றதாகும். எனவே, வருவாய்க்குத் தகுந்தபடி வரி செலுத்த வேண்டும் என்ற கருத்திலேயே திறனின் அடிப்படையில் வரி விதிக்கப்பட வேண்டும் என்று இவ்விதி கூறுகிறது.

2. *நிச்சய விதி* (Canon of Certainly)

வரி விதிக்கும்பொழுது அவ்வரியின் அளவு, கட்டப்பட வேண்டிய இடம், கட்டப்பட வேண்டிய காலம், கட்டப்பட வேண்டிய முறை போன்றவைகள் குறிப்பிடப்பட வேண்டும். இச் செய்திகளனைத்தும் வரி செலுத்துவோர் முழுமையாக அறிந்திருத்தல் வேண்டும். இத்தகைய நிச்சய நிலை அரசுக்கும் வரி செலுத்துவோருக்கும் துணைபுரியும். எவ்வளவு பணம், எப்பொழுது கிடைக்கும் என்று அரசு இதனால் முன் கூட்டியே அறிய முடியும். இத்தகைய நிச்சயத்தால் நிதியமைச்சர் எக்காலத்திற்குள், எவ்வளவு தொகை வரியாகக் கிடைக்கும் என்று அறிந்து அதற்கேற்றாற் போல் பொதுச் செலவைக் கணக்கிட முடியும்.

3. *வசதி விதி* (Canon of Convenience)

வரி விதிப்பதே குறிப்பிட்ட காலத்தில் குறிப்பிட்ட தொகையைப் பெறுவதற்கேயாகும். எனவே, வரி கொடுப்பவர்கள் எளிதில், வசதியாகச் செலுத்தக் கூடிய முறையில் வரி விதிக்கப்பட வேண்டும். இக் கருத்தையே ஆடம் ஸ்மித் வலியுறுத்தியுள்ளார். ("Every tax ought to be levied at the time, or in the manner, in which it is most likely to be convenient for the Contributor to pay it"—Adam Smith) எந்தக் காலத்தில், எந்த முறையில் வரிசெலுத்துவோர் எளிதில் வரி செலுத்த முடியுமோ அக்காலத்தில், அம் முறையில் வரி விதிக்கப்பட வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக அறுவடையாகியவுடன் நிலவரி வசூலிக்கப்படுவதும்; சம்பளத்திலிருந்து வருவாய் வரி (income tax) வசூலிக்கப்படுவதும் இவ்விதியின் அடிப்படையிலேயேதான். இதனால் வரி செலுத்துபவர்களுக்குச் சுமை அதிகம் தெரியாது.

4. சிக்கன விதி (Canon of Economy)

வரி வசூல் செய்வதற்கு அரசு சில செலவுகளை ஏற்க வேண்டியுள்ளது. இத்தகைய செலவு வரியினால் வரக்கூடிய வருவாயைக் காட்டிலும் மிகக் குறைவாகயிருக்க வேண்டும். வரி மிக அதிகமாக விதிக்கப்பட்டால் நாட்டில் சேமிப்பும், தொழில் துறையில் வளர்ச்சியும் குறைவாகச் சென்று விடும். இதனால் உற்பத்தி நடவடிக்கைகள் பாதிக்கப்படும். வரியினால் கிடைக்கும் வருவாயைவிட அதை வசூலிக்கும் செலவும், தனி மனிதனுக்கும், சமுதாயத்திற்கும் விளையும் நட்டம் குறைவாகயிருக்க வேண்டும். இக்கருத்தை ஆடம் ஸ்மித் வலியுறுத்தியுள்ளார். ("Every tax ought to be so Contrived as both to take out and to keep out of the pockets of the people as little as possible over and above what it brings into the public treasury of the state"). மேலும், கச்சாப் பொருள்களின் மீது வரி சுமத்துவதைக் காட்டிலும் உற்பத்திச் செய்யப்பட்டப் பொருள்களின் மீது வரி சுமத்துவது நல்லது. ஏனெனில், கச்சாப் பொருள்களின் மீது வரி சுமத்தப்பட்டால் ஒவ்வொரு நிலையிலும் வரி சுமத்தப்பட்டு வரி செலுத்துவோர் சுமக்க முடியாத அளவுக்கு வரி பெருகிவிடும். நாட்டு மக்களின் நல்லொழுக்கத்தை வளர்க்கவும், தீய பழக்கங்களிலிருந்து அவர்களை மீட்கவும், மது போன்ற பொருள்களின் மீது வரியை உயர்த்தி மற்றப் பொருள்களின் மீதான வரியைக் குறைக்கலாம்.

இவைகளைத் தவிர, வேறு சில வல்லுநர்கள் வேறு சில கொள்கைகளை வரி சுமத்துவதில் கடைபிடிக்க வேண்டும் என்று கூறியுள்ளார்கள். பாஸ்டபில் (Bastable) என்னும் வல்லுநர் வேறு சில வரி விதிப்பு விதிகளைக் கூறியுள்ளார். எனவே, *உற்பத்தி விதி* (Canon of Productivity) ; *நெகிழ்ச்சி விதி* (Canon of Elasticity) ; *எளிமை விதி* (Canon of Simplicity) ; *விரிவு விதி* (Canon of Diversity) போன்ற விதிகளையும் வரி விதிப்பு அனுசரிக்க வேண்டும்.

1. உற்பத்தி விதி (Canon of Productivity)

வரி விதிப்பதன் வாயிலாக அரசு போதுமான அளவு வருவாயைப் பெறும்படியாக இருக்க வேண்டும். சிறிதளவு வருவாயைக் கொடுக்கக்கூடிய பல வரிகள் விதிப்பது சரியல்ல. மாறாக வரிகளின் எண்ணிக்கைக் குறைக்கப்பட்டு வருவாய் அதிக அளவில் இருக்கக் கூடியதான வரி விதிப்புத்தான் சிறந்தது. மேலும், இவ்வாறான வரிவிதிப்பு நாட்டின் உற்பத்தியைக் குறைப்பதாக இருக்கக்கூடாது.

2. நெகிழ்ச்சி விதி (Canon of Elasticity)

முடிந்தவரை வரிகள் கடுமையானதாகவும், மாற்றம் இல்லாமலும், நெகிழ்ச்சியற்றும் இருக்கக் கூடாது. வரிகள் நெகிழ்ச்சியுடையதாக இருத்தல் வேண்டும். காலத்தின் தேவைகளுக்கு ஏற்றவாறு வரிகள் மாறக் கூடியதாக இருத்தல் வேண்டும். தேவைப்பட்டபொழுது வரிகள் போதுமானதாகயில்லாவிடில் அது ஒரு நல்ல வரிமுறையாகாது. இவ்வாறுன நெகிழ்ச்சித் தன்மை நேர்முக வரிக்கு மட்டுமே பொருந்தும்; மறைமுக (indirect) வரிக்குப் பொருந்தாது.

3. எளிமை விதி (Canon of Simplicity)

வரி விதிப்பு முறை பொதுவாக எளிதாகயிருக்க வேண்டும். பாமர (layman) மக்களும் அறிந்துக் கொள்ளக் கூடிய வகையில் இம்முறை அமைய வேண்டும். சாதாரண மக்கள் புரிந்துக் கொள்ளக் கூடிய வகையில் எளிமையாகவும், சாதாரணமாகவும் வரிவிதிப்பு முறை இருக்கவேண்டும் என்ற கருத்தை ஆர்மிடேஜ் ஸ்மித் (Armitage Smith) வலியுறுத்துகிறுர். ('A system of taxation should be simple, plain and intelligible to the common understanding'—Armitage Smith). வரி விதிப்பு முறையைப் பாமர மக்கள் புரிந்து கொள்ளக்கூடிய அளவில் வைத்திருந்தால் மட்டுமே போதாது; அவர்களின் சார்பாளர்கள் சட்ட சபையில் இம்முறையைப் பற்றி விவாதிப்பதற்கும் வழிவகை செய்யும் அளவிலும் இருக்க வேண்டும்.

4. விரிவு விதி (Canon of Diversity)

ஒரு சிறந்த வரி விதிப்பு முறையில் அனைவரும் வரி செலுத்துவதாகவும், பொது வருவாயின் அனைவரும் பங்கு கொள்ளக் கூடியதாகவும் இருக்கவேண்டும். எனவே, எல்லாவிதமான வரிகளும் இருக்கவேண்டும். இதனுல் வரி விதிப்பினுல் ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியினர் மட்டும் சுமையைச் சுமக்க வேண்டியதில்லை. எனவே, நேர்முக வரிகள், மறைமுக வரிகள், கேளிக்கை வரி (entertainment tax); இறக்குமதி வரி (import duty); சுங்கக் கட்டணம் (customs Duties) போன்ற பலவிதமான வரிகளையும் விதித்து நாட்டு மக்கள் அனைவரும் சமமான சுமையை அல்லது அனைவரும் தங்களின் திறனுக்கு ஏற்றபடி சுமக்க வழிவகை செய்ய வேண்டும்.

எனவே, மேற்கூறிய விதிகளுக்குள் அடங்கும் வரிவிதிப்பு முறை சிறந்ததாயிருக்கும். இம்முறை மிக உயர்ந்த சமுதாய

நலனை அடைய உதவவேண்டும். ஆனால், வரி விதிப்பு முறை சிறந்ததாக அமைய அது நாட்டின் தொழிலையும், வாணிகத்தை யும் பாதிப்பதாக அமையக்கூடாது.

வரி செலுத்தும் வல்லமை
(Taxable Capacity)

வரிவிதிப்புக் கோட்பாட்டின் ஆய்வு செய்யும் பொழுது வரி செலுத்தும் தகுதிக்கு ஏற்ப வரி விதிப்பு அமையவேண்டும் என்று அறியலாம். மக்கள் பொதுவாகச் செலுத்தக்கூடிய உயர்ந்த அளவு (maximum limit) வரிகளையே வரி செலுத்தும் வல்லமை என்று கூறுகிறோம். மக்களிடமிருந்து வசூலிக்கக் கூடிய உயர் எல்லையையே வரி செலுத்தும் தகுதி குறிக்கின்றது.

வரி செலுத்தும் வல்லமையை இரு விதங்களில் அறிந்து கொள்ளலாம்: (1) முழுமையான வரி செலுத்தும் வல்லமை (Absolute taxable capacity); (2) சார்பான வரி செலுத்தும் வல்லமை (relative taxable capacity).

1. முழுமையான வரி செலுத்தும் வல்லமை

குறைந்த அளவு நுகர்வோரின் நுகர்வுக்கு மேல் எச்சமான உற்பத்தியின் வாயிலாக வரி கணக்கிடப்பட்டால் அது முழுமை யான வரி செலுத்தும் வல்லமையாகும். அரசு மக்கள் நுகர்வு செய்து எச்சமாக உள்ள உற்பத்தியையும், பணத்தையும் நெருக்கடி போன்ற காலங்களில் வரியாக முழுமையும் வசூலிக்க முடியும் என்ற எண்ணத்தின் அடிப்படையில் இக் கருத்துக் கூறப்படுகிறது. நாட்டிலுள்ள மக்கள் உயிர் வாழ் வதற்கு இன்றியமையாத அளவுக்குச் சில பொருள்களும், பணி களும் தேவைப்படுகின்றன. இந்த அளவுக்கு மேலுள்ள நாட்டு வருவாயை அரசு முழுமையாக வரியாக வசூலிக்க முடியும். இதையே முழுமையான வரி செலுத்தும் வல்லமை என்று கூறு கிறோம். இதை வரி பிழியும் (Squeezability) நிலை என்கிறோம்.

எடுத்துக்காட்டாக ஒருவனுடைய ஆண்டு வருவாய் ரூ. 24,000 என்று கொள்ளுவோம். அவர் வாழ்க்கைக்கு இன்றி யமையாத பொருள்களையும் பணிகளையும் பெற ரூ, 13,000 தேவைப்படாலம். எஞ்சியுள்ள ரூ. 11,000 வரியாக அவர் செலுத்தக் கூடிய வல்லமை உண்டு.

அது போன்ற, ஒரு நாட்டின் வருவாய் ஆண்டிற்கு ரூ. 5 இலட்சம் என்று கொள்வோம். நாட்டிலுள்ள அனைத்து

மக்களும் தங்களுக்குக் குறைந்த அளவு இன்றியமையாத பொருள்களாகவும், பணிகளாகவும் ரூ 3 இலட்சம் தேவைப் படுகின்றன என்று கொள்வோம். நாட்டு வருவாயில் எஞ்சி யுள்ள ரூ. 2 இலட்சமும் அரசு வரியாக வசூலிக்க முடியும்.

எனவே, தங்களுக்குத் துன்பமில்லாமலும், வீழ்ச்சியில்லாத வகையிலும் பொதுச் செலவிற்காக (public expenditure) நாட்டி லுள்ள மக்கள் மிக உயர்ந்த அளவில் கொடுக்க முடியக்கூடிய வரியே முழுமையான வரி செலுத்தும் வல்லமை என்கிறோம்.

முழுமையான வரி செலுத்தும் வல்லமையைக் கணக்கிட முடியாது. சிலர் வல்லுநர்களின் கருத்துப்படி இந்தியாவில் நுகர்வு குறைவாகவுள்ளதால் வரி செலுத்தும் வல்லமை அதிக மாகயிருக்கும். ஆனால், இக்கூற்றுச் சரியல்ல. ஏனெனில், வரி செலுத்தும் வல்லமை நுகர்வின் அடிப்படையில் மட்டும் கணக் கிடப்படுவதில்லை; நுகர்விற்கும் உற்பத்திக்கும் உள்ள வேறு பாட்டின் அடிப்படையிலேயே கணக்கிடப்படுகின்றன. இந்தியாவில் நுகர்வும் குறைவு, உற்பத்தியும் குறைவு. எனவே, வரி செலுத்தும் வல்லமை குறைவாகவேயிருக்கும்.

2. சார்பான வரி செலுத்தும் வல்லமை (Relative taxable capacity)

பொதுவாக 'வரி செலுத்தும் வல்லமை, சார்பான பொருளி லேயே பயன்படுத்தப்பட்டு வருகிறது. வெவ்வேறு சூழ்நிலை களில் ஒரே மனிதனுடைய வரி செலுத்தும் வல்லமை வெவ்வேருகயிருக்கும். எனவே, 'முழுமை' என்று எதையும் கூற முடியாது. இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட சமுதாயங் கள் ஒரு செலவைப் பொதுவாகப் பிரித்துக் கொள்வதையே சார்பான வரி செலுத்தும் வல்லமை குறிக்கிறது. ஒரு பொது வான செலவை ஏழைகளும், பணக்காரர்களும் பங்கு எடுத்துக் கொள்வதாக வைத்துக் கொள்வோம். பணக்காரர்களும், ஏழைகளும் அவர்களுடைய தகுதிக்கு ஏற்பப் பிரித்துக் கொள் வதைக் கண்டுபிடிக்கலாம். சார்பான வரி செலுத்தும் வல்லமை முறையே உண்மை வாழ்க்கைக்கு ஏற்றது.

வரி செலுத்தும் வல்லமை சில காரணிகளைப் பொருத்தது. அவைகளை இங்குக் காண்போம்:

1. வரியின் இயல்பும் நோக்கமும் (Natur and purpose of tax)

பொதுச் செலவு முன்னேற்றத் திட்டங்களுக்குத் (Develop- ment Schemes) தேவைப்பட்டால் உற்பத்திப் பெருகும்; உற்பத்

திப் பெருகினால் மக்களின் உற்பத்தித் திறனும் பெருகும்; உற்பத்தித் திறன் பெருகினால் வரி செலுத்தும் வல்லமை உயரும். ஆனால், பொதுச் செலவு உற்பத்தியில்லாதத் திட்டங்களுக்கும், முன்னேற்றமல்லாதத் திட்டங்களுக்கும் (Non-Development Schemes) பயன்படுத்தப்பட்டால் வரி செலுத்தும் வல்லமை குறையும். எனவே, முன்னேற்றத் திட்டங்களுக்குக் கூடுதலாகப் பணம் தேவைப்பட்டால் மக்கள் அதிக வரி வசூலிப்பதை வரவேற்பார்கள். இதனால் வரி செலுத்தும் வல்லமை உயரும்.

2. செல்வத்தின் அளவு (Size of Wealth)

நாட்டிலுள்ள செல்வத்தின் அளவும், வருவாயின் அளவும் அதிகமாகயிருந்தால், வரி செலுத்தும் வல்லமையும் அதிகமாகயிருக்கும். மாறாக நாட்டிலுள்ள செல்வத்தின் அளவும், வருவாயின் அளவும் குறைவாகயிருந்தால், வரி செலுத்தும் வல்லமையும் குறைவாகவேயிருக்கும். மேலும், செல்வந்தர்களின் வரி செலுத்தும் வல்லமை அதிகமாயும்; ஏழைகளின் வரி செலுத்தும் வல்லமை குறைவாகவும் இருக்கும். எனவே, செல்வத்திலும், வருவாயிலும் ஏற்றத் தாழ்வுகள் அதிகமாயுள்ள நாடுகளில் வரி செலுத்தும் வல்லமை அதிகமாயும்; ஏற்றத் தாழ்வுகள் குறைவாகவுள்ள நாடுகளில் வரி செலுத்தும் வல்லமை குறைவாகவேயிருக்கும்.

3. மக்களின் மனநிலை (Psychology of the people)

நாட்டிலுள்ள மக்கள் நாட்டுப்பற்றுள்ளவர்களாக (patriotic) யிருந்தால் அவர்கள் நாட்டிற்காக அதிகமாகத் தியாகம் செய்யத் துணிவார்கள். அவர்களுடைய வரி செலுத்தும் வல்லமை அதிகமாகவேயிருக்கும்.

4. மக்கள் தொகை (Population)

வரி செலுத்தும் வல்லமையும் நாட்டு மக்களின் எண்ணிக்கையைப் பொருத்தது. நாட்டு வருவாயில் மாற்றம் இல்லாதிருக்கும் பொழுது மக்களின் தலா வருவாய் (percapita income) நாட்டிலுள்ள மக்கள் தொகையின் அளவினைப் பொருத்தது. மக்கள் தொகை அதிகமானால் தலா வருவாய் குறையும்; மாறாக மக்கள் தொகைக் குறைந்தால் தலா வருவாய் அதிகரிக்கும். இதனால் தலா வருவாய் குறைந்தால், வரி செலுத்தும் வல்லமை குறையும்; தலா வருவாய் உயர்ந்தால் வரி செலுத்தும் வல்லமை உயரும். எனவே, மக்கள் தொகை அதிகரித்தால் வரி செலுத்தும் வல்லமை குறையும்; மாறாக மக்கள் தொகைக் குறைந்தால் வரி செலுத்தும் வல்லமை உயரும்.

5. வாழ்க்கைத் தரம் (Standard of living)

மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தைப் பொருத்தும் வரி செலுத்தும் வல்லமை அமையும். நாட்டு மக்களின் வாழ்க்கைத் தரம் உயர்வாகயிருக்கும் பொழுது அவர்களுடைய நுகர்வு அதிகமாக யிருக்கும்; எனவே, வரி செலுத்தும் வல்லமை குறைவாக யிருக்கும். மாறுக வாழ்க்கைத் தரம் குறைவாகயிருக்கும் பொழுது (low standard of living) அவர்களுடைய வரி செலுத்தும் வல்லமை அதிகமாகயிருக்கும்.

6. வரி விதிப்பு முறை (Method of Taxation)

வரி விதிப்பு முறை சிறப்பாக அமைக்கப்பட்டிருப்பின், மக்களின் வரி செலுத்தும் வல்லமை அதிகமாகயிருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக வரி செலுத்தும் முறை எளிதாகவும், வசதி யாகவும், வரி வீதம் நியாயமானதாகவும் இருப்பின் மக்கள் மனமுவந்து அதிக வரி செலுத்த முன்வருவார்கள்.

7. பொதுச் செலவு (Public Expenditure)

பொதுச் செலவு சிறப்பாகச் செலவிடப்பட்டால், உற்பத்திப் பெருகும்; மக்களின் வருவாய்ப் பெருகும். இதனுல் வரி செலுத்தும் வல்லமையும் அதிகமாகும். பொதுச் செலவு முன்னேற்றத் திட்டங்களுக்குப் பயன்படுத்தப்பட்டால்; நாட்டு வருவாய் உயர்ந்து, தலா வருவாயும் அதிகரிக்கும். தலா வருவாய் அதிகரித்தால் மக்கள் அதிக அளவில் வரி செலுத்த முன் வரலாம்.

8. பொருளாதார, அரசியல் நிலைகள் (Economic and political conditions)

பொருளாதார முன்னேற்றம் ஏற்படும் நாடுகளில் வரி செலுத்தும் வல்லமை உயர்ந்து கொண்டே செல்லும். பொருளா தார முன்னேற்றம் என்பது உற்பத்தியும், வருவாயும், செல்வ மும் பெருகுவதையே குறிக்கும். இவைகள் உயரும்பொழுது தாமாகவே வரி செலுத்தும் வல்லமை உயரும்.

அது போன்றே, நாட்டின் அரசியல் அமைப்பைப் பொருத்தும் வரி செலுத்தும் வல்லமை அமையும். எடுத்துக் காட்டாக இந்தியா போன்ற மக்களாட்சி அரசுகள் மக்களை அதிக வரி செலுத்துவதால் ஏற்படும் பொருளாதார வளர்ச்சியை யும், திட்டத்தின் பெருக்கத்தையும் உணரச் செய்து, அதிக வரியை வசூலிக்கலாம். தங்களின் வருவாயில் பெரும்

பகுதியை வரியாகக் கொடுக்க மனமுவந்து முன் வருவதால் இந் நாடுகளின் வரி செலுத்தும் வல்லமை அதிகமாகவே யிருக்கும்.

நேர்முக, மறைமுக வரிகள்
(Direct and Indirect Taxes)

இலக்கணம் :

நேர்முக வரிகளும், மறைமுக வரிகளும் ஒன்றுபோல் தோன்றினுலும் அவ்வரிகள் யாரிடமிருந்து வசூலிக்கப்படு கின்றன என்பதில் சில வேறுபாடுகள் காணப்படுகின்றன. யாரிடம் விதிக்கப்படுகிறதோ அவரே அவ்வரியைக் கட்டுவத ளுல் பிறரின் மீது சுமத்தப்படாவிடில் அவ்வரியை நேர்முக (Direct) வரிகள் என்று கூறுகிறேம். எடுத்துக்காட்டாக வருமான வரி (income tax) முதலின் இலாபம் (Capital gains) போன்றவை கள் நேர்முக வரிகளாகும். எவர் வரி செலுத்துகிருரோ அவரே அவ்வரியை ஏற்க வேண்டியிருந்து அது நேர்முக வரி என்கிறேம். வருமான வரி செலுத்துபவர்கள் அவர்களே அவ்வரிகளை ஏற்க வேண்டும் ; வேறு நபர்களின் மீது சுமத்த முடியாது. செல்வ வரி (Wealth tax) ; மாநில நில வருவாய் (State land revenue) ; தொழில் வரி (Professional tax) ; சொத்து வரி (Property tax) போன்றவைகள் இவ்வகையைச் சார்ந்ததே. இவைகளைச் செலுத்துபவர்களே அவைகளைச் சுமக்க வேண்டும். இக் கருத்தை ஜே. எஸ். மில் (J. S. Mill) என்பவரும் கூறியுள்ளார். ('a direct tax is demanded from the person who it is intended or desired should pay it").

மறைமுக வரி (Indirect tax) என்பது ஒருவர் செலுத்திய பின்னர் வேருெருவரின் மீது சுமத்திவிடுவதாகும். இவ்வரிகள் ஒருவரிடமிருந்து வசூலிக்கப்படுகின்றன ; ஆனுல், அவர் மற்ற வருடைய பொறுப்பில் அதை ஈடு செய்து கொள்ளுவார் என்ற எண்ணத்தின் அடிப்படையில் விதிக்கப்படுகிறது. பொருள் களின் மீது விதிக்கப்படும் வரிகளனைத்தும் மறைமுக வரிகளே யாகும். இப்பொருள்களை விற்பவர்கள் முதலில் வரிசெலுத்தி விடுகின்றனர். பின்னர் பொருள் விலைகளுடன் இவ்வரிகளைச் சேர்த்து நுகர்வோர்களுக்கு விற்றுவிடுகின்றனர். இவ்வரிகளும் சேர்ந்து விலையாக நுகர்வோரின் மீது சுமத்தப்படுகின்றன. எனவே, இத்தகைய வரிகள் பொருள்களை விற்பவர்களின் மீது விதிக்கப்படுகின்றன. அவர்கள் கட்டிவிட்டு நுகர்வோர் மீது சுமத்திவிடுகின்றனர். எனவே, மறைமுக வரிகள் முதலில் ஒரு

வரால் கட்டப்பட்டுப் பின்னர் மற்றவர் தலையில் சுமத்தப்படு கின்றன. நுகர்வோர் மீதே வரியை விதிக்க வேண்டும் என்று அரசு கருதுகின்றது. ஆனால், அரசு நேரிடையாக நுகர்வோரின் மீது சுமத்த முடியாது. எனவே, பொருள்களை விற்பவரின் வாயிலாக நுகர்வோரின் மீது வரிகளை அரசு மறைமுக வரிகளின் மூலமாக விதிக்கிறது. இக்கருத்தை ஜே. எஸ். மில். (J. S. Mill) வலியுறுத்துகிறார். ('Indirect taxes are those which are demanded from one person in the expectation and intention that he shall indemnity himself at the expenses of another'). தற்காலத்தில் செலவுகளின் மீது விதிக்கப்படும் வரிகளை மறைமுக வரிகள் என்று கூறுகிறோம். விற்பனை வரி (Sales Tax); சுங்கக் கட்டணங் கள் (Customs Duties); மின்கட்டணம் (Electricity) போன்றவை கள் மறைமுக வரிகளின் எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

நேர்முக வரிகளின் சிறப்புகள் (Merits of Direct taxes)

1. நல்ல வரி முறையின் நிபந்தனையான சிக்கன விதியை (Canon of economy) நேர்முக வரி பெற்றுள்ளது. நேர்முக வரி கள் சிக்கனமானவை. வரி விதிப்பினால் பெரும் வருவாயைவிட வசூலிக்கும் செலவு நேர்முக வரியில் குறைவாகவுள்ளது.

2. நேர்முக வரி நிச்சயமானது. எடுத்துக்காட்டாக வரு மான வரி (income tax) யின் அளவினை முன் கூட்டியே அரசு அறிந்து கணக்கிட முடியும். இவ்வகை வரிகளில் ஒவ்வொரு வரி செலுத்துவோரும் எவ்வளவு செலுத்த வேண்டும் என்றும் அரசும் எவ்வளவு வருவாயை வசூலிக்க முடியும் என்றும் முன் கூட்டியே அறிய முடிகிறது. இதனால் வரி செலுத்துவோரும் வரி செலுத்தத் தயாராக இருப்பார்கள். அதுபோன்றே அரசும் பொதுச் செலவு அளவுகளைத் திட்டமிடலாம்.

3. நேர்முக வரிகள் தகுதிக்கு ஏற்றவாறு விதிக்கப்படு கின்றன. இதனால் வரிச்சுமை அனைவருக்கும் நியாயமான முறையில் பகிர்ந்தளிக்கப்படலாம். இதனால் ஏழைகளைவிட செல்வந்தர் அதிகமான வரிகளைச் செலுத்தும்படி இருக்கும்.

4. நேர்முக வரிகள் நெகிழ்ச்சியுடையதாகயிருக்கும். (elastic). வரி வீதத்தைச் சிறிதளவு ஏற்றினாலும் வருவாயை அதிக அளவில் மாற்றமுடியும். மேலும், வருவாயும், செல்வ மும் உயரும்பொழுது வருவாய் அதிகரிக்கும்.

5. நேர்முக வரிகளில் மக்களுக்கு ஓர் அறிவு புகட்டப்படு கிறது. வரிகளைத் தாங்களே செலுத்துவதன் உணர்வு அவர்

களுக்குத் தோன்றுகிறது. இதனுல் அரசின் பொதுச் செலவின் மீது ஒரு கண் வைப்பார்கள். மேலும், பொறுப்புள்ள குடிமகனுக நடந்து கொள்ளுவார்கள். ஏனெனில், பொறுப்பில்லாம லிருந்து ஏற்படும் நட்டங்களுக்கும், பொதுச் செலவுக்கும் தாங் களும் ஒரு பகுதி வரியாக ஈடுகட்ட வேண்டும்.

நேர்முக வரிகளின் குறைகள்

(Demerits of direct taxes)

1. நேர்முக வரிகளை மக்கள் விரும்புவதில்லை. இவ்வரிகள் அவர்களுக்கு வசதியின்மையாகத் தோன்றுகின்றன. எனவே, இவ்வரிகள் அவ்வளவாக விரும்பப்படுவதில்லை. எடுத்துக்காட் டாக வருவாய் வரி செலுத்துபவர்களுக்கு அதன் சுமை விரும்பத் தகாததாயுள்ளது.

2. நேர்முக வரிகள் பொதுவாக ஏய்க்கப்படுகின்றன. (evaded) குறிப்பாக வருமானவரி செலுத்தும்பொழுது வரி செலுத்துபவர்கள் தவறுன வருவாய்ப் பட்டியலைக் கொடுத்து வரி செலுத்துவதில் ஏமாற்றுவார்கள்.

3. வருவாய் வரி படிவங்கள் (forms) மிகவும் நுட்பமாக (technical) உள்ளன. பாமர மக்களால் இப்படிவங்களை நிறைவு செய்வதில் சில இடையூறுகள் தோன்றுகின்றன. இதனுல் வரு மான வரி அதிகாரிகளுக்குப் பல துன்பங்களும், தொல்லைகளும் தோன்றுகின்றன.

4. ஒவ்வொரு வரி செலுத்துபவருடனும் தொடர்பு கொள்ள வேண்டியுள்ளதால், நேர்முக வரிகளை வசூலிப்பதில் செலவு அதிகமாகயிருக்கும். நிருவாகச் செலவும், வரி ஏய்ப்புச் செய்பவர் களைப் பிடிக்க முயற்சி செய்யும் செலவும் மிகவும் அதிகமா யிருக்கும்.

மறைமுக வரிகளின் சிறப்புகள்

(Merits of Indirect taxes)

1. மறைமுக வரியில் வரி செலுத்தும் சுமை வெளியே தெரி வதில்லை. வரி விலையுடன் சேர்க்கப்பட்டுவிடுவதால், தாங்கள் வரி செலுத்துகிறேம் என்ற எண்ணமே வரிசெலுத்துவோரின் மனதில் தோன்றுவதில்லை. பொருள்களை வாங்க வேண்டும் எண்ணத்திலேயே அவர்கள் இருப்பதால் வரிச்சுமையை நினைத்

துக் கூடப் பார்ப்பதில்லை. எனவே, மறைமுக வரியில் வரி வசூல் வசதியாக நடக்கிறது.

2. இன்றியமையாத பொருள்களின் மீதும், நெகிழ்ச்சியற்ற (inelastic) தேவையுடையப் பொருள்களின் மீதும் மறைமுக வரி சுமத்தப்பட்டால் வருவாய் நிச்சயமானதாகயிருக்கும். இப் பொருள்களின் மீது வரி விதிப்பதால் வாங்கும் அளவு குறையாது. எனவே, வரியைச் சிறிதளவு உயர்த்தினாலும் வருவாய் நிச்சயமாகவும், அதிகமாகவும் கிடைக்கும்.

3. மறைமுக வரிகளின் வாயிலாக மக்களைத் தீய நடவடிக்கைகளிலிருந்து மீட்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக மதுபானங்களின் மீது அதிகமாக மறைமுக வரிகளை விதிப்பதன் மூலம் அவைகளின் நுகர்வு குறைக்கப்படும். இந்நிலைச் சமுதாயத்தை உயர்த்துவதோடுமட்டுமல்லாமல் மக்களை நல்வழிப்படுத்தும்.

4. மறைமுக வரியை ஏய்க்க முடியாது. ஏனெனில், வரி பொருள்களின் விலைகளுடன் சேர்க்கப்பட்டுவிடுவதால், பொருள்களை வாங்கும்பொழுதே வரி செலுத்தப்பட்டுவிடும். வரி ஏய்ப்பு இங்குச் செய்ய எண்ணினால் அப்பொருள்களையே வாங்க முடியாமல் போகும். ஆனால், மறைமுக வரிகளும் சிலரால் ஏய்க்கப்பட்டு வருகின்றன. கணக்குகளைத் தவறாகவும், பொய்யாகவும் வைத்திருப்பதன் மூலம் வரி ஏய்ப்புச் செய்யலாம். மேலும், பதுக்கல்காரர்கள் (Smugglars) வரி ஏய்ப்புச் செய்ய முடியும். ஆனால், நேர்முக வரிகளைக் காட்டிலும், மறைமுக வரிகளில் வரி ஏய்ப்புச் செய்வது கடினம்.

மறைமுக வரிகளின் குறைகள் (Demerits of indirect taxes)

1. மறைமுக வரிகள் ஏழைகளையும், பணக்காரர்களையும் ஒரே அளவில் அழுத்துகின்றன. ஒரு பொருளை ஏழை வாங்கினாலும், பணக்காரர் வாங்கினாலும் அதே அளவு வரி செலுத்த வேண்டியுள்ளது. ஏழையின் வரிசெலுத்தும் தகுதி குறைவாகயிருப்பதாலும், பணக்காரரின் வரி செலுத்தும் தகுதி அதிகமாகயிருப்பதாலும், இருவர் மீதும் ஒரே அளவு வரி விதிப்பு நியாயமற்றதும், ஏற்றத் தாழ்வுடையதும் ஆகும். எனவே, மறைமுக வரி நியாயமற்றது எனலாம்.

2. மறைமுகவரியின் வாயிலாகக் கிடைக்கக் கூடிய வருவாய் நிச்சயமற்றது. மக்கள் வாங்கும் பொருள்களின் அளவைப் பொருத்தே வரியின் அளவு அமையும். பொருள்களின் மீதான

வரி சுமத்தும்பொழுது, அப்பொருள்களின் விலைகள் உயரும். விலைகள் உயரும்பொழுது அப்பொருள்களின் தேவை குறையும். எனவே, பொருள்களின் விற்பனைக் குறையும்பொழுது அரசு பெறும் வருவாயும் குறையும். எனவே, மறைமுக வரியினுல் வரும் வருவாய் நிச்சயமற்றதாகயிருக்கும்.

3. வரி செலுத்துபவர்களைப் பொருத்தவரையில் மறைமுக வரிகள் சிக்கனமற்றவை. ஒவ்வொரு இடைநிலையர்களும் (Middlemen) வரிக்காகச் சிறிதளவு விலைகளைக் கூட்டுவதால், அதனுல் பாதிக்கப்பட்டவர்கள் நுகர்வோர்களே.

4. மறைமுக வரிகளில் விலைகளுடன் சேர்த்து வரிகள் வசூலிக்கப்படுவதால் வரி செலுத்துபவர்களுக்கு வரி செலுத்துகிரேம் என்ற எண்ணமேயில்லாமல், பொறுப்பற்ற குடிமகன்களாகி சமுதாய உணர்வின்றி (Social Consciousness) இருப்பார்கள்.

எனவே, மறைமுக வரிகளிலும், நேர்முக வரிகளிலும் சில நிறைகளும், குறைகளும் காணப்படுகின்றன. இவற்றில் எந்த முறை சிறந்தது என்று நாம் கூறமுடியாது. எந்த ஒரு நாடும் ஒரேயொரு முறையை மட்டும் பின்பற்றுவதில்லை. எனவே, இருமுறைகளும் ஒன்ருகச் செயல்படுத்துவதே ஒரு சிறந்த வழியாகும்.

வளர்வீத வரி முறையும், வீதாச்சார வரி முறையும்
(Progressive and Proportional Tax Systems)

வருவாயின் உயர்வுக்கு ஏற்றவாறு வரிவீதம் உயர்ந்தால், அதை வளர்வீத வரிமுறை (Progressive tax system) என்கிரேம். அதிக வருவாய் பெறுபவர்கள் அதிக வீதத்தில் வரி செலுத்த வேண்டும். அதாவது இம்முறை வரி செலுத்துபவர்களின் தகுதிக்கு ஏற்ப அமைக்கப்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ரூ. 1000 வருவாய் உள்ளவர்கள் 5 விழுக்காடு வரியும் (ரூ. 50); ரூ. 2000 வருவாய் உள்ளவர்கள் 7 விழுக்காடு வரியும் (ரூ. 140); ரூ. 5000 வருவாய் உள்ளவர்கள் 10 விழுக்காடு வரியும் (ரூ. 500) செலுத்தும் படியாக வரி செலுத்தும் முறை அமைக்கப் பட்டால், அது வளர்வீத வரி முறை என்று பெயர்.

ஆனுல், வீதாச்சார வரி முறையில் (Proportional Tax System) வரி வீதம் மாருமலிருக்கும். வருவாய் எவ்வளவு இருப்பினும்; அனைத்து மக்களும் செலுத்த வேண்டிய வரி வீதம் (Tax rate) மாருமலிருந்தால் வீதாச்சார வரி முறை என்கிரேம்.

ஏழைகளும், பணக்காரர்களும் அதே வீதத்தில் வரி செலுத்த வேண்டியிருக்கும் முறையை இது குறிக்கும். எடுத்துக்காட்டாக வரி வீதம் 10 விழுக்காடு எனக்கொள்வோம். ஏழைகளும், பணக்காரர்களும் தங்களுடைய வருவாய் நிலையைக் கருதாமல் 10 விழுக்காடு வரி செலுத்த வேண்டும். எனவே, ரூ. 1000 வருவாய் பெறுபவர்கள் ரூ. 100-ம்; ரூ. 2000 வருவாய் பெறுபவர்கள் ரூ. 200-ம்; ரூ. 5000 வருவாய் பெறுபவர்கள் ரூ. 500-ம் வரி செலுத்த வேண்டும். இங்கு ஒரு இன்றியமையாத கருத்தைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். இம் முறையில் வரி வீதம் மட்டும் மாறுமல் 10 விழுக்காடாகவே இருக்கிறதேயன்றி, வரித்தொகை மாறுவதையும், வருவாய் உயர உயர வரித் தொகையும் உயருவதையும் காணவேண்டும்.

இவ்விரு முறைகளைத் தவிர, தேய்வு வீத வரி முறையிலும் (Regressive taxation) வரி விதிப்பு இருக்கலாம். இம்முறையில் வரி வீதம் வருவாய்க்கு ஏற்றவாறு இருக்காது. வருவாய் உயர உயர வரி வீதம் குறைந்து கொண்டே செல்லும். எனவே, இம் முறையினுல் பணக்காரர்களை விட ஏழைகள் மிகவும் பாதிக்கப் படுவார்கள்.

எடுத்துக்காட்டாக ரூ. 500 வருவாய் உள்ளவர்கள் 10 விழுக்காடும் (வரி ரூ. 50); ரூ. 1000 வருவாய் உள்ளவர்கள் 9 விழுக்காடு வரியும் (ரூ 90); ரூ. 1500 வருவாய் உள்ளவர்கள் 8 விழுக்காடு (ரூ. 120) வரியும்; ரூ. 2000 வருவாய் உள்ளவர்கள் 7 விழுக்காடு (ரூ. 140) வரியும் செலுத்தவேண்டும். எனவே, இங்கு வருவாய் உயர உயர வரி வீதம் குறைவதைக் காணலாம். ஏழைகளை இம்முறை அதிகமாகப் பாதிப்பதால் இது நியாயமான முறையாகாது எனலாம். எடுத்துக்காட்டாக வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாத பொருளின் மீது வரியை உயர்த்துவதாகக் கொள்வோம். சந்தையில் ஏழைகளே இவற்றை அதிகம் வாங்க நேரிடும். எனவே, பணக்காரர்களை விட ஏழைகள் இம்முறையில் அதிக வரி செலுத்துவார்கள். ஏழைகள் தங்களுடைய முழு வருவாய்களின் மீது வரி செலுத்துவார்கள்; ஆனுல், பணக்காரர்கள் தங்களுடைய வருவாய்களில் ஒரு பகுதியின் மீது வரி செலுத்துவார்கள்.

இம்முறைகளில் வளர்வீத வரி விதிப்பு முறை மிகவும் பரவி அனைத்து நாடுகளிலும் பயன்படுத்தப்பட்டு வருகின்றது. தற் காலத்தில் வளர்வீத வரி விதிப்பு முறை, குறிப்பாக வருமான வரி (income tax) அரசுக்கு அதிக அளவில் வருவாய் ஈட்டு கின்றது.

வளர்வீத வரி விதிப்பு முறையின் சிறப்புகள் (Merits of Progressive Taxation)

1. வருவாயை விட உற்பத்தியிலும், நுகர்விலும் திறமை அதிகமான அளவில் உயருகிறது. எனவே, வருவாய் உயர்வுக்கு ஏற்றது போல் வரி உயரலாம் என்பது செலிக்மேனின் (Seligman) கருத்தாகும். ஆனால், இவ்விவாதம் எவ்வளவுக்குச் சரியானது என்பதைக் கூறுவது கடினம். ஏனெனில், வருவாயின் உயர்வை விட திறமையின் உயர்வின் வீதம் அதிகமாகயிருக்கும் என்று கொண்டால் கூட ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் பலருக்கும்; பல நேரங்களில் ஒருவருக்கும் இவ்வுயர்வு வீதம் சமமாக இருக்காது. எனவே, வளர் வீதத்தின் அளவு நிலையானதாகவும் நிச்சயமானதாகவும் இருக்காது.

2. இது ஒரு நியாயமான முறையாகும். ஏனெனில், திறன் மிக்க பெருத்த கரங்கள் பெருத்த சுமையைச் சுமக்கும்படி இம்முறை செய்வது பொருத்தமானதாகும்.

3. இம்முறை மிகவும் சிக்கனமானதாகும். வருவாயின் உயர்வுக்கு ஏற்றாற்போல் வரி வசூலிக்கும் செலவு ஆவதில்லை. மேலும், வீதாச்சார வரி விதிப்பு முறையைக் காட்டிலும் இம்முறையில் அதிக அளவில் வரி வசூல் இருக்கும். வருவாய் அதிகமாக உள்ளதால் இம்முறையே சிறந்ததாகும்.

4. வரி செலுத்துபவர்களிடையே சமமான, நியாயமான தியாகம் இம்முறையினால் ஏற்படும். பணத்தின் மேலும் குறைந்துசெல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி (Law of Diminishing Marginal Utility) செயல்படுவதாலேயே இந்நிலை ஏற்படுகிறது. வருவாய் உயர உயர பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறைகிறது. எனவே, பணக்காரர்களிடமிருந்து அதிக வரி வசூலித்து அவர்களையும் சமமான தியாகம் செய்யும்படி ஏற்படுத்தலாம்.

5. இம்முறை சமவுடமைச் சமுதாயத்திற்கு மிகவும் ஏற்றது. (Socialism) செல்வந்தர்கள் ஏழைகளுக்கு உதவி செய்யவேண்டும் என்ற அடிப்படையில் வளர்வீத வரிமுறை அமைகிறது. நாட்டிலுள்ள செல்வத்திலும், வருவாயிலும் உள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகளை நீக்கிச் சமவுடமை சமுதாயத்தை அமைப்பதற்கு இம்முறை சிறந்தது. இதனால் செல்வந்தர்கள் தங்களுடைய பகட்டுப் பொருள்களில் (luxurious goods) சிறிதளவு குறைத்துக் கொண்டு, ஏழைகள் தங்களுடைய மன

நிறைவின் பொருட்டு இன்றியமையாத பொருள்களைப் பெற வழி செய்யப்படுகிறது. எனவே, 'சமுதாய முன்னேற்றத்திற்கான பொறி' (an engine of social improvement) என்று வளர்வீத வரி முறையை விளக்கலாம்.

ஆனால், இம்முறையிலும் சில குறைகள் உள்ளன. அவை

1. வரி மிகவும் கடுமையாகயிருப்பின் சேமிப்புப் பாதிக்கப் படும். வரியின் கடுமையினாலும் சுமையினாலும் முதலாக்கம் இருக்காது; எனவே, சமுதாயத்தில் உற்பத்தித் திறன் குறையும்.

2. பல நாடுகளில், குறிப்பாகப் பின்தங்கிய நாடுகளில் வளர்வீத வரிமுறை அவ்வளவான சிறப்புப்பெறுது. ஏனெனில், இந்நாடுகளில் பெரும்பான்மையான நிதி நேர்முக வரிகளின் வாயிலாக மட்டும் பெறமுடியாது; மறைமுக வரிகளையே மிகவும் சார்ந்திருக்க வேண்டியுள்ளது.

3. இம்முறை வசதியற்றது (inconvenient); வரி செலுத்து பவர்களை மிகவும் பாதிக்கிறது. வீதாச்சார வரி விதிப்பு முறை இம்முறையை விட எளிமையானது.

எனினும் பல நாடுகளில் வளர்வீத வரி முறையே பின்பற்றப் படுகின்றது. ஏனெனில், இம்முறையிலுள்ள குறைகள் ஒதுக்கி விடக் கூடியன. மேலும், குறைகளைவிட நிறைகளும் சிறப்பு களும் மிகுந்தும் சிறந்தும் காணப்படுகின்றன.

பொதுக் கடன் (Public Debt)

அரசு கடன் வாங்குவதையே பொதுக் கடன் என்கிறோம். கடந்த இருபது ஆண்டுகளாகவே பொதுக் கடன் பொது நிதி யியலில் பங்கேற்கின்றது. அரசு உள் நாட்டிலும், வெளி நாடு களிலும் வங்கிகளிடமிருந்தும், நிதி நிறுவனங்களினின்றும், பிற அரசுகளிடமிருந்தும், தனி நபர்களிடமிருந்தும் கடன் பெறுகிறது. இதையே பொதுக் கடன் என்கிறோம்.

பொதுக் கடன் சுமையை உணர அதன் இயல்பையும், பயன்களையும் காணவேண்டும். போக்குவரவு, பாசனம் போன்ற உற்பத்திச் செயல்களுக்காகக் கடன் பெற்றால் அதன் சுமை இருக்காது. ஆனால், உற்பத்தியற்றச் செயல்களுக்காகக் கடன்பட்டால் அதன் சுமை அதிகமாகயிருக்கும். மேலும், ஒரு திட்டத்தின் விளைவு வெற்றி பெற்றதா இல்லையா என்பதைப் பொருத்தும் பொதுக் கடன் சுமையிருக்கும்.

உள்நாட்டுக் கடன் சுமை

நாட்டின் பொருளாதாரத்தில் உள்நாட்டுக் கடனுல் எவ்வித சுமையும் தோன்ருது. ஒரு சமுதாயத்திற்குள்ளேயே செல்வம் மாற்றப்படுகிறது. கடன் ஏற்படும்பொழுது கடன் கொடுப்பவர்களிடமிருந்து அரசுக்குப் பணம் மாற்றப்படுகிறது. அரசு இப்பணத்தைப் பிரித்துக் கொடுக்கும்பொழுது அரசுப் பணியாளர்களுக்கும், பொருள்களை விற்பவர்களுக்கும் பெற்றக் கடன் கொடுக்கப்படுகிறது. எனவே, மக்களிலேயே ஒரு பகுதியினரிடமிருந்து செல்வம் பெறப்பட்டு, வேறு பகுதியினருக்குக் கொடுக்கப்படுகின்றது. இம்முறையில் பொதுக் கடனுல் சுமையேதும் இல்லை. ஆனுல், இங்கு ஓர் இன்றியமையாத கருத்தைக் கவனிக்க வேண்டும். இவ்வாறு ஒரு நாட்டிற்குள் ஒரு பகுதியினரிடமிருந்து வேறு பகுதிக்குச் செல்வம் மாற்றப்படுவதால் பொதுக் கடனின் **பணச்சுமை** (Money burden) மட்டும் இருக்காது. ஆனுல், பொதுக் கடனின் நேரடி உண்மைச் சுமை (Direct real burden) இருக்கும். செல்வத்தின் மாறுதலின் இயல்பைப் பொறுத்துத் தியாகம், பொருளாதார நலத்தின் நட்டம் (loss of economic welfare) போன்ற உண்மைச் சுமை இருக்கும். நாட்டில் வருவாயில் உள்ள ஏற்றத் தாழ்வுகள் அதிகரித்தால் சமுதாயத்தில் உண்மைச் சுமை அதிகரிக்கும். மாருக நாட்டில் வருவாயிலுள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகள் குறைக்கப்பட்டால் சமுதாயம் பயன்பெறுமேயன்றி உண்மைச் சுமை தோன்ருது. எடுத்துக்காட்டாகச் செல்வம் பணக்காரர்களிடமிருந்து ஏழைகளுக்கு மாற்றப்பட்டால் பொதுக்கடன் சமுதாயத்திற்குச் சுமையாகயில்லாமல் பயனளிக்கும். மாருகச் செல்வம் ஏழைகளின் துன்பத்தில் பணக்காரர்களுக்கு மாற்றப்பட்டால் சமுதாயத்தில் சுமை அதிகரிக்கும்.

பெற்றக் கடனைத் தீர்ப்பதற்காக அரசு வரி வசூலிக்கிறது. வரி செலுத்துவோர் கொடுக்கும் பணம் பத்திரம் வாயிலாகக் கடன் கொடுத்தவர்களுக்குச் செல்கிறது. பொதுவாகச் செல்வந்தர்களே பத்திரங்களின் வாயிலாகக் கடன் கொடுத்திருக்க முடியும். ஆனுல், வரிச்சுமை பணக்காரர்களைக் காட்டிலும் ஏழைகளை மிகவும் பாதிக்கும். குறிப்பாக மறைமுக வரிகள் பணக்காரர்களைக் காட்டிலும் ஏழைகளை மிகவும் அழுத்தும். இவைகளின் விளைவாகச் செல்வம் அதிக வரி செலுத்தும் ஏழைகளிடமிருந்து பத்திரங்களின் வாயிலாகக் கடன் கொடுத்திருக்கும் செல்வந்தர்களுக்குச் சென்றுவிடும். இதனுல் பொருளாதார நலன் பாதிக்கப்படும்.

வெளி நாட்டுக் கடன் சுமை (Burden of External Debt)

வெளி நாட்டுக் கடனிலும் செல்வம் மாற்றப்படுகின்றது. ஆனால், உள்நாட்டுக் கடனைப் போல் செல்வம் நாட்டுக் குள்ளேயே மாற்றப்படுவதில்லை. கடன் ஏற்படும் பொழுது செல்வம் கடன் கொடுக்கும் நாட்டிலிருந்து, கடன் பெறும் நாட்டிற்கு மாற்றப்படுகிறது. அது போன்றே கடன் திருப்பிக் கொடுக்கப்படும் பொழுது செல்வம் கடன் பெறும் நாட்டிலிருந்து கடன் வழங்கிய நாட்டிற்கு மாற்றப்படுகிறது. கடன் பெற்ற நாடு கொடுக்கக்கூடிய முதல் தொகை, வட்டித் தொகைகளின் அளவினைப் பொறுத்தே நேரிடை பணச்சுமை (Direct money burden) அமையும். வெளி நாட்டுக் கடன் முதன் முதலில் பயனளிக்கலாம்; நாட்டின் வளங்கள் முதலில் பெருகலாம்; ஆனால், இக்கடனைத் திருப்பிக் கொடுக்கும் பொழுது கடன் பெறும் நாடு உண்மைச் சுமை (Real burden) யைத் தாங்க வேண்டியுள்ளது. ஏனெனில், இக்கடனுக்கு வட்டியும் வெளி நாட்டிற்குக் கொடுக்க வேண்டியுள்ளது. இக் கடன்களைத் திருப்பிக் கொடுக்க அரசு வரிகளை வசூல் செய்கிறது. இவ்வரி களை அதிகமாகச் செல்வந்தர்கள் செலுத்தினால் உண்மைச் சுமை அதிகமாகயிருக்காது.

முன்னேற்றமடைந்துவரும் நாடுகளில் பொதுக் கடனின் பங்கு

பொருளாதார முன்னேற்றத் திட்டங்களை நிறைவேற்று வதற்குப் போதுமான அளவு நிதி வளங்கள் தேவைப்படும். இத்தகைய வளங்களைத் திரட்டுவதற்கு முன்னேற்றமடைந்து வரும் நாடுகள் எல்லா வழிகளிலும் நிதி வளங்களைத் திரட்ட வேண்டும். இவ்வழிகளில் பொதுக் கடனும், வரி திரட்டுதலும் முக்கியப் பங்கினைப் பெறுகின்றன. பொதுக் கடன் மட்டுமே திட்டங்களின் முன்னேற்றத்திற்குப் போதுமானதன்று; வரி களும் தேவைப்படுகின்றன. கடன் வாங்குவதற்கும் ஓர் எல்லை உண்டு. இந்த எல்லைக்குமேல் ஒரு நாடு கடன் வாங்க முயன்றால் அதன் நாணய நிலை பாதிக்கப்படும். ஆனால், பொதுக் கடனைக் காட்டிலும் வரிகளின் வாயிலாக நிதி திரட்டு வது சிறந்த முறையாகும். ஏனெனில், வரிகளை உயர்த்தி நிதி திரட்டுவதற்கு முயன்றால் அந்த அளவுக்குப் பொருளாதார நட வடிக்கை பாதிக்கப்படும். வரி வசூல் செய்யப்படும் நிதி அரசுப் பணிகளின் அன்றாடச் செலவுகளுக்கும், பொதுக் கடன் நிதி முன்னேற்றத் திட்டங்களுக்கும், முதலீட்டுச் சொத்துகளின் (Capital assets) மீதான செலவுகளுக்கும் போதுமானதாகயிருக்க

வேண்டும். இவ்வாறுயிருப்பின் பொதுக் கடன் சுமையாக யிருக்காது.

பொதுக் கடன் நாட்டின் கூடுதல் உற்பத்தித் திறனை ஏற்படுத்துகிறது. இத்தகைய நிதி உற்பத்தியிலும், முதலீட்டுச் செலவிலும் பயன்படுத்தப்பட்டால் நாட்டின் பொருளாதாரத்தில் உற்பத்தித் திறன் உயரும். இவ்வாறின்றேல், குறிப்பாகப் பின் தங்கிய நாடுகளில் நகைகள் போன்றவைகளில் இந்நிதி பயன்படுத்தப்பட்டுவிடும். எனவே, நல்ல முறையிலும், புத்திக் கூர்மையுடனும் பொதுக் கடன்கள் பயன்படுத்தப்பட்டால் நாட்டின் பொருளாதார முன்னேற்றம் பெருக சிறந்த கருவியாகி விடும்.

பின்தங்கிய நாடுகளின் அரசுகள் இரண்டு முக்கிய வழிகளில் நிதியை அடைவதற்காகப் பொதுக் கடன்களை மேற்கொள்கின்றன.

(1) அரசுக் கடன் பத்திரங்களை (bonds) விற்பதன் மூலமும், கருவூச்சீட்டுகளை (Treasury bills) முதல் சந்தையில் (Capital market) விற்பதன் மூலம் சந்தையிலிருந்து கடன் பெறுகின்றன.

(2) இரண்டாவதாக, நாட்டுச் சேமிப்புச் சான்றிதழ் (National Savings Certificate); நாட்டுத் திட்டப் பத்திரங்கள் (National plan bonds); போன்ற மாற்றுரிமையற்ற ஆவணங்களை (Not-negotiable securities) விற்பதன் வாயிலாகவும் நிதி சேமிக்கின்றது. மேலும், அரசு அஞ்சல் அலுவலகங்கள் சேமிப்புத் திரட்டுவதன் வாயிலாகவும் பொதுக் கடன் வசூலிக்க முடிகிறது.

பின்தங்கிய நாடுகளில் பொதுக் கடனைச் சேமிப்பதற்குச் சில சிக்கல்கள் தோன்றுகின்றன. பின் தங்கிய நாடுகளில் நன்கு அமைக்கப்பட பணச் சந்தைகள் இல்லை. அவ்வாறு பணச்சந்தைகள் உள்ள நாடுகளிலும் அவை சிறிய அளவிலேயே காணப்படுகின்றன. மேலும், நாட்டிலுள்ள தேவைகளை நிறைவேற்றக்கூடிய அளவிற்கு ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட முதல் சந்தையில் (organised capital market) போதுமான அளவு நிதிகளை வழங்க முடிவதில்லை. முதல் சந்தையில் நிதி திரட்டுவதற்காக அரசு தனியார் துறையுடன் போட்டியிடுவதால் தனியார் துறையில் வட்டி வீதங்கள் பாதிக்கப்படுகின்றன. பின்தங்கிய நாடுகளில் மக்கள் பெருமைக்காகவும், சமுதாயத்தில் ஓர் உயர்ந்த இடத்தைப் பெறுவதற்காகவும் தங்களுடைய நிதியை நகைகள் போன்றவைகளில் செலவிட விழைவார்கள்.

மேலும், அவர்களுடைய செலவிற்கு ஏற்றவாறு எளிதில் பணமாக மாற்றக்கூடியதாக இவை இருக்கும் என்பதால் தங்களுடைய பணத்தை இப் பொருள்களில் செலவிடுவார்கள்.

இந்நாடுகளில் பெரும் பகுதியான சேமிப்புக் கிராமப்புறங்களிலேயே உள்ளன. ஆனால், சேமிப்பைப் பெருக்குவதற்கான நிதி நிறுவனங்கள் நகர்ப்புறங்களிலேயே உள்ளன. கிராமப்புற மக்களின் சேமிப்புப் பெரும்பாலும் நுகர்வின் பொருட்டே முன் பணக்கடனாக அளிக்கப் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. இக்கடன்களுக்கு வட்டி வீதங்கள் அதிகமாகயிருப்பதால், அரசுக் கடன் பத்திரங்களும், சிறு தொழில்களுக்கும், முதலீடுகளுக்கும் நிதி கிடைப்பதில்லை. மேலும், அரசுப் பத்திரங்களிலிருந்து வரும் வருவாய் குறைவாகயிருப்பதாலும், இப்பத்திரங்களின் விலைகளும் உயர்ந்திருப்பதாலும் மக்கள் இவைகளை வாங்குவதில் முன்வரத் தயங்குவார்கள்.

இந்நாடுகளில் பலர் ஏழைகளாயிருப்பதால் இவர்களுடைய சேமிப்பைச் சிறு சேமிப்புத் திட்டங்களின் (Small savings programmes) வாயிலாகவே திரட்ட முடியும். இந்நாடுகளில் உள்நாட்டுக் கடன்கள் போதுமான அளவில் இல்லாமையினால் வெளிநாட்டு உதவிகளையும் நாட வேண்டியுள்ளது. குறிப்பாக நம் நாடு பொருளாதார முன்னேற்றத் திட்டங்களின் பாதையில் சென்று கொண்டிருக்கும் நிலையில் உள் நாட்டு, வெளிநாட்டுக் கடன்களையும் நம்பியிருக்கவேண்டியுள்ளது.

முதல் ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தின் தொடக்கத்தில் (1951) இந்திய அரசின் பொதுக் கடன் ரூ.2,565 கோடிகளாகயிருந்தது. இத்திட்டத்தின் இறுதியில் ரூ. 3,512 கோடிகளாகயிருந்தது. இரண்டாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தின் இறுதியில் ரூ. 6,543 கோடிகளாகவும்; மூன்றாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தின் இறுதியில் ரூ. 13,722 கோடிகளாகவும்; பொதுக் கடன் இருந்தது. நாடு சுதந்திரம் பெற்றதிலிருந்து இதுவரை ஆறு மடங்குகளாகப் பொதுக் கடன் உயர்ந்துள்ளது. இவற்றில் சுமார் மூன்றில் ஒரு பகுதி வெளிநாட்டுக் கடனாகும். நம் நாட்டுப் பொதுக் கடனின் பெரும் பகுதி முன்னேற்றத் திட்டங்களுக்காகவே பயன்படுத்தப் பட்டுள்ளன.

பற்றாக்குறை நிதியாக்கம்
(Deficit Financing)

‘பற்றாக்குறை நிதி’ என்ற சொற்களை எளிதில் சுருக்கமாக விளக்க முடியாது. இச்சொற்களுக்குச் சுருக்கமான இலக்கணம்

கொடுக்க முடியாத காரணம் என்னவெனில் பல்வேறு பொருளியல் வல்லுநர்கள் பலவிதமான நோக்கங்களில் இச்சொற்களை விளக்குவதாலேயேதான். ஏழை, பணக்கார நாடுகளுக்கு இது பொதுவானது அன்று. வருவாய்க்கு மேல் அரசின் செலவுக்கு பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் என்று பெயர். வரிகள், கட்டணங்கள், பொது நிறுவனங்களின் இலாபங்களில், பொதுக் கடன் போன்றவைகளின் வருவாயை விட அரசின் செலவு அதிகரிப்பதையே இச்சொற்கள் குறிக்கின்றன. அரசு இந்திய ரிசர்வு வங்கியில் வைத்திருக்கும் ரொக்க இருப்பிலிருந்தும்; ரிசர்வு வங்கியிடமிருந்து கடன் பெற்றும் இப்பற்றுக்குறை நிதி ஈடுகட்டப்படுகிறது. புதிய நோட்டுகள் வெளியிடப்பட்டு அதன் விளைவாகப் புழக்கத்தில் நோட்டுகள் அதிகரிக்கின்றன. பணவீக்கத்தைப் பற்றுக்குறை நிதி என்று மதிப்பாக அழைக்கிறோம்.

கீழ்க்கண்ட வழிகளில் அரசு வருவாயைப் பெறுகிறது; (1) வரிகள்; (2) அரசு நிறுவனங்களின் வருவாய்; (3) பொது மக்களிடமிருந்து கடன்கள்; (4) இதர வருவாய்கள். இவற்றிலிருந்து கிடைக்கும் வருவாயைவிட அரசின் செலவு உயர்ந்தால், இந்த எச்சமே பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் என்கிறோம். இப்பற்றுக்குறையைப் புதிய நோட்டுகளை அச்சிடுவதன் வாயிலாகவும், மைய வங்கியிடமிருந்து கடன் வாங்குவதன் வாயிலாகவும்; மைய வங்கியிடமுள்ள தங்களுடைய ரொக்க இருப்பை எடுப்பதன் வயிலாகவும், சரி செய்யலாம்.

தேவை

சென்ற நூற்றாண்டில் குறிப்பாக இருபதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் சரியான வரவு செலவுத் திட்டமே (balanced budget) வலியுறுத்தப்பட்டு வந்தது. ஆனால், கீன்ச்சின் 'பொதுக் கோட்பாடு' (The General Theory) என்ற நூல் 1936 ஆம் ஆண்டில் வெளி வந்ததும் பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் புழக்கத்தில் தோன்றியது. பல காரணங்களுக்காகப் பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் கையாளப்பட்டு வருகின்றது. போர்ச் செலவை ஏற்கவும், மந்த நிலையிலிருந்து பொருளாதாரத்தை மீட்கவும், பொருளாதாரத் திட்டங்களுக்காக வளங்களைத் திரட்டவும் பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் கையாளப்பட்டு வருகின்றது. முதலீட்டு வீதத்தை உயர்த்துவதன் வாயிலாக நாட்டின் பொருளாதார முன்னேற்றத்தைப் பெருக்கக் கூடுதல் நிதி தேவைப்படுகின்றது. முதலீட்டைப் பெருக்கச் சேமிப்பு மிகவும் தேவைப்படுகிறது. ஆனால், இந்தியா போன்ற முன்னேற்றமடைந்து வரும் நாடுகளில் சேமிப்பின் அளவு மிகவும் குறைந்தே காணப்படுகிறது.

எனவே, இத்தகைய நாடுகள் உற்பத்தியின் பொருட்டுப் பற்றுக் குறை நிதியாக்கத்தைக் கையாளவேண்டியுள்ளது. இதனால் பயன்படுத்தப்படாத வளங்களை நாட்டின் பொருளாதார முன்னேற்றத் திட்டங்களுக்காகப் பயன்படுத்தலாம். கிடைக்கும் வளங்களை உற்பத்தியின் பக்கம் செலுத்தி நாட்டின் முன்னேற்றத்திற்கு அரசு கட்டுப்படுத்தலாம்.

விளைவுகள் (effects)

(1) மந்த நிலை போன்ற காலங்களில் பின் தங்கிய நாடுகள் வேலையில்லாத் திண்டாட்டத்தைப் பற்றுக்குறை நிதியாக்கத்தின் வாயிலாக நீக்கலாம். இவ் வேலையில்லாத் திண்டாட்டத்தைச் சமாளிக்க அரசு வேலை வாய்ப்பினைப் பெருக்கும் பொருட்டுச் சில திட்டங்களை நடைமுறைக்குக் கொண்டு வரலாம். இத்திட்டங்களுக்கு நிதித் தேவைப்படுகின்றது. மந்த நிலை போன்ற காலங்களில் அரசு வருவாயைத் திரட்டுவது கடினமாகும்; பொதுக் கடனையும் பெருக்குவது கடினம். இந்நிலையில் பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் பெரிதும் உதவும். பற்றுக்குறை நிதியாக்கத்தினால் அரசுத் திட்டங்களை நிறைவேற்ற நிதியைச் சேகரிக்கலாம்.

(2) பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் நாட்டின் 'சமவுடைமைச் சமுதாயக்' கொள்கையைப் பாதிக்கும். பொதுவாகப் பற்றுக் குறை நிதியாக்கத்தினால் விலைகள் உயரும். பொருள்களின் விலை உயர்வினால் நுகர்வோர் துன்பப்படுவார்கள். இதனால் தொழிலதிபர்கள் மேலும் செல்வந்தர்களாவார்கள். எனவே, பற்றுக் குறை நிதியாக்கம் வருவாயிலுள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகளை அதிகரிக்கிறது.

(3) பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் வருவாயில் ஏற்றத்தாழ்வுகளைத் தோற்றுவிக்கிறது என்றாலும், இந்நிலையைத் தவிர்க்கவும் இயலும். இப் பற்றுக்குறை நிதியைப் பகட்டுப் பொருள்களின் உற்பத்தியிலிருந்து மாற்றி இன்றியமையாதப் பொருள்களின் உற்பத்திக்குப் பயன்படுத்தினால் வருவாயிலுள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகள் குறையும்.

(4) பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் பணவீக்க விலையுயர்வை ஏற்படுத்தும் என்று பரவலாக ஒரு கருத்து நிலவி வருகிறது. இம்முறையில் புதிய நோட்டுகள் உருவாக்கப்படுவதால் வாங்கும் திறன் (Purchasing power) உயருகிறது. இதனால் பொருள்களின் தேவை அதிகரிக்கிறது. இவ்வாறு தேவை உயரும் பொழுது விலையுயரும் என்பதை நாம் அறிவோம்.

இவ்வாறு பற்ருக்குறை நிதியாக்கம் பணவீக்க விலையுயர்வை தோற்றுவிக்கும்.

ஆனல், முன்னேற்றமடைந்த நாடுகளில் மந்தக் காலங்களில் (Depression) பற்ருக்குறை நிதியாக்கம் பண வீக்கத்தைத் தோற்றுவிக்கவில்லை. ஏனெனில், உற்பத்தியின் அளிப்புக் கோடு (Supply curve) நெகிழ்ச்சித் தன்மையுடையதாக யிருப்பதால் இந்நிலை ஏற்படாது. பெருக்கியைப் (Multiplier) பொருத்து ஒவ்வொரு கூடுதலான அரசுச் செலவும் தேவையை உயர்த்துகிறது. இதற்கேற்ருற்போல் உற்பத்தி அளிப்பை உயர்த்த முடியுமானல் பணவீக்கம் ஏற்பட வழியில்லை. முன்னேற்றமடைந்த நாடுகளில் எச்சத்திறன் (excess capacity) அதிகமாகவுள்ளதால் உற்பத்தியைப் பெருக்குவதில் எவ்வித இடையூறும் இருக்காது. ஆனல், முதல் குறைவாக உள்ளதாலும், எச்சத்திறன் இல்லாமையாலும் கூடுதலான பொருள்களை உற்பத்திச் செய்ய முடியாதாகையினல் பின் தங்கிய நாடுகளில் இந்நிலை முற்றிலும் மாறுபடுகிறது. முதலீட்டை அதிகரித்தால் தேவை உயராது; இதற்கேற்ருற்போல் உற்பத்தி அளிப்பைப் பெருக்க முடியாது.

நுகர்வுப் பொருள்களின் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியுடையதாகயில்லாமையால், முன்னேற்றத் திட்டங்கள் பண வீக்கத்தையே நாடும். மேலும், முன்னேற்றத்தின் முதல் நிலைகளில் (stages) பணவீக்கத்தைத் தவிர்க்க முடியாது. போக்குவரவு, செய்தித் தொடர்பு போன்றவைகளுக்கு அதிக முதலீடு செய்யவேண்டியிருப்பதாலும் இவை நுகர்வுப் பொருள்களின் அளிப்பை நேரிடையாக அதிகரிக்காததாலும் பண வீக்கம் தோன்றக் காரணமாகிறது. ஆனல், கூடுதல் முதலீடுகளின் காரணமாக நுகர்வுப் பொருள்களின் கூடுதல் அளிப்பு ஏற்படுமானல், பணவீக்கம் ஏற்படாமல், தேவையும் அளிப்பும் உயர்ந்த நிலையை அடைந்து சமநிலை (equilibrium) யாகயிருக்கும்.

எனவே, எல்லாப் பற்ருக்குறை நிதியாக்கமும் விலையை உயர்த்தும் என்பதில்லை. முன்னேற்றச் செலவுகளுக்கு இப்பற்ருக்குறை நிதியாக்கம் பயன்படுத்தப்பட்டால் அது உற்பத்திச் செலவாகும். இது உற்பத்தியைப் பெருக்குவதால் பண வீக்கம் பொருள்களின் உற்பத்தியால் சரி செய்யப்படும். ஆனல், சண்டைச் செலவுகள் உற்பத்தியற்றவை. இச்செலவு பண வீக்கத்தை ஏற்படுத்தும். எனவே, பற்ருக்குறை நிதியாக்கம் உற்பத்திக்காகப் (productive) பயன்படுத்தப்

பட்டால் பணவீக்கத்தை ஏற்படுத்ாது; ஆனால், உற்பத்தி யற்றவைகளுக்குப் பயன்படுத்தப்பட்டால் பணவீக்கம் தோன்றும்.

இந்தியாவில் பற்றுக்குறை நிதியாக்கம்

நிதி வளங்களைப் பெருக்குவதில் அரசு அடிக்கடி மேற் கொள்ளும் நடவடிக்கைகளில் எளிதான பற்றுக்குறை நிதி யாக்கமே இந்த நிலை விரும்பத்தக்கதன்று; ஏனெனில், அடிக்கடி இந்நடவடிக்கையை மேற்கொண்டால் நாட்டில் பண வீக்கம் தோன்றும். நம் நாட்டில் ஐந்தாண்டுத் திட்டங்களில் பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் பயன்படுத்தப்பட்டு வருகிறது. இந்தியா போன்ற வளர்ந்து வரும் நாடுகள் அதிக அளவில் முன் னேற்றமடைய பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் ஓரளவு நியாய மானதேயாகும். இந்தியாவில் விரைவான பொருளாதார முன்னேற்றத்திற்குத் துணை புரிய திட்டக் குழு (Planning Commission) பற்றுக்குறை நிதியாக்க முறையைக் கையாண்டது.

இரண்டாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தில் ரூ. 948 கோடி களாகவும், மூன்றாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தில் ரூ. 1,133 கோடிகளாகவும் பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் இருந்தது. இதன் பின் ஆண்டுத் திட்டங்களில் (annual plans) 1966-67 ஆம் ஆண்டில் ரூ. 220 கோடிகளாகவும்; 1967-68 ஆம் ஆண்டில் ரூ. 300 கோடிகளாகவும் ; 1968-69 ஆம் ஆண்டில் ரூ. 200 கோடிகளாகவும் பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் இருந்தது. நான்கா வது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தில் அதிக அளவில் பற்றுக்குறை நிதி யாக்கம் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டு வந்தது (ரூ. 850 கோடிகள்).

நான்காவது ஐந்தாண்டுத் திட்டமும் பற்றுக்குறை நிதி யாக்கமும்

தன்னிறைவினை அடையும் நோக்கத்தினைத் தன்னிடத்தே கொண்ட இத்திட்டம் நிலையானதும், பெருகக் கூடியதுமான வளர்ச்சியைக் (growth with stability and promote progress) குறிக்கோளாகக் கொண்டு இத்திட்டம் தீட்டப்பட்டது. அயல் நாட்டு உதவியாக P. L. 480 வாயிலாக ரூ. 380 கோடியாக வும், பிற வழிகளில் ரூ. 2,234 கோடிகளாகவும் மொத்தமாக ரூ. 2,614 கோடிகளாக இத்திட்டத்தின் நிதி நிலைமை அமை யும். மூன்றும் ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தில் அயல் நாட்டு உதவி மொத்தத் திட்ட நிதியில் 28 விழுக்காடாக இருந்தது.

நான்காம் திட்டத்தில் அயல்நாட்டு உதவி 17 விழுக்காடாகக் குறைந்து விட்டது. மேலும், மூன்று ஆண்டுத் திட்டங்களிலும் (annual plans) 36 விழுக்காடாக இருந்தது. நான்காம் திட்டக் காலத்தில் பொதுத்துறை (public sector) யில் 5 விழுக்காடு (ரூ. 850 கோடிகள்) மட்டுமே இருந்தது. மாறாக மூன்றும் திட்டக் காலத்தில் இருந்த 13 விழுக்காட்டிலிருந்து குறைந்துள்ளது என்பதைக் காணும் பொழுது இம் முயற்சியில் வெற்றிப் பாதையில் செல்வதைக் காணலாம். மொத்த நிதியில் மைய அரசின் பங்கு ரூ. 2,100 கோடிகளாகவும்; மாநில அரசுகளின் பங்கு ரூ. 1,098 கோடிகளாகவும் கூடுதல் நிதித் திரட்டப்படும்.

கூடுதல் நிதி நான்காவது திட்டக் காலத்தில் கீழ்க்கண்ட வழிகளில் திரட்டப்படும் :

1. நகர்ப்புற மக்களுக்கு நேரிடையாகப் பயன் அளிக்கும் வகையில் திட்டங்களுக்கு நிதியுதவியளிக்க நகர்ப்புறக் கடன் பத்திரங்களை வெளியிடல்.

2. நீர்ப்பாசனத் திட்டங்களிலிருந்து நேரிடையாகப் பயன் பெறும் வேளாண்மைத் துறையிலிருந்து வருவாயைப் பெருக்குதல்.

3. வேளாண்மை வருமான வரி உள்ள மாநிலங்களில் வரியைப் பெருக்குவதும்; இத்தகைய வரியில்லாத மாநிலங்களில் புகுத்துவதும் அல்லது நில வருவாயில் வளர் வீதத்தில் உபரி வரியிடுவதன் மூலமும்.

4. வசதியுள்ள நுகர்வோர் அதிக வரி கட்டும் பொருட்டு மின்சார நிறுவனங்களில் 11 விழுக்காட்டிற்கு முதல் மீது விதிக்கும் வீதத்தை உயர்த்துவது.

1975-76 ஆம் ஆண்டில் நிதி அமைச்சர் வசூலிக்கும் ஒவ்வொரு ரூபாயிலும்; 27 பைசா சுங்கத்தின் வாயிலாகவும் (excise); 12 பைசா மகமை (customs) வாயிலாகவும்; 7 பைசா கழக வரி (corporatoin tax) வாயிலாகவும்; 2 பைசா வருமான வரி (income—tax)யின் வாயிலாகவும்; 2 பைசா பிற வரிகளின் வாயிலாகவும் வசூலிக்கப்படும். வரியற்ற வருவாய் (Non-tax revenue) 16 பைசாவைக் கொடுக்கும்; கடன் தீர்க்கும் வழியில் 13 பைசாவும், சந்தைக் கடன் (market loan); சிறு சேமிப்புச் சேமநிதி (provident fund) 8 பைசா, வெளிநாட்டுக் கடன் 6

பைசாவும்; பிற வருவாய் 6 பைசாவைக் கொடுக்கும். பற்றுக் குறையாக 2 பைசா வசூலிக்க முடியாமல் நிற்கும்.

இவ்வாறு வசூலிக்கப்பட்ட ஒவ்வொரு ரூபாயும் கீழ்க்கண்ட வாறு அரசினுல் செலவிடப்படும். 34 பைசா திட்டத்திற்கும்; 21 பைசா பிற முன்னேற்றச் செலவினங்களுக்கும்; 21 பைசா பாதுகாப்பிற்கும் (Defence); 11 பைசா வட்டி செலுத்துவதற் கும்; 6 பைசா பிற மாநில, மைய பிராந்தியங்களுக்கு மாற்று வதற்கும் ; 7 பைசா பிற செலவினங்களுக்கும் பயன்படுத்தப் படும்.

இவ்வாண்டில் மொத்த வருவாய் ரூ. 10,304 கோடிகளாக வும்; மொத்தச் செலவினங்கள் ரூ. 10,768 கோடிகளாகவும் இருக்கும். முன்னேற்றமற்ற செலவினங்கள் (Non-developmental expenditure) கட்டுப்பாட்டில் வைக்கப்படும். இதற்கு ரூ. 776 கோடிகள் மட்டுமே ஒதுக்கப்படும். மொத்த ஒதுக் கீட்டில் 7 விழுக்காடு மட்டுமே முன்னேற்றமற்ற செலவினங் களுக்கு ஒதுக்கப்படும். பாதுகாப்புச் செலவு, சட்டபூர்வமான மாநிலங்களுக்குக் கொடுக்கப்படும் உதவித் தொகை, வட்டி செலுத்தும் செலவினங்கள் இதில் அடங்காது.

பற்றுக்குறை நிதியாக்கத்தின் காரணங்கள்

ஆண்டுத் திட்டத்தின் தொடக்கத்தில் எதிர் நோக்கிய ரூ. 126 கோடி பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் ஆண்டின் இறுதியில் ரூ. 625 கோடிகளாக உயர்ந்ததற்குப் பல காரணங்கள் உள்ளன. உணவு உதவித் தொகை திட்டத்தில் உள்ள ரூ. 100 கோடிகளிலிருந்து ரூ. 295 கோடிகளாக உயர்ந்தது. பதிெனரு மிலியன் டன்களாகப் பொது பகிர்வுத் திட்டத்தை நிலை நிறுத்து வதற்காக அரசு 5·5 மிலியன் டன்கள் உணவுப் பொருள்களை இறக்குமதி செய்ய வேண்டியிருந்தது. இக்காலத்தில் பஞ்சப் படி (Dearness allowance) ரூ. 120 கோடியிலிருந்து ரூ. 230 கோடிகளாக உயர்ந்தது. கூடுதல் உதவித் தொகையாக மாநிலங்களுக்கு ரூ. 161 கோடி பஞ்சம், வெள்ளம் போன்றவை களுக்கு அளிக்கவேண்டியிருந்தது. இக்காரணிகள் நாட்டின் பற்றுக்குறை நிதியாக்கத்தை உயர்த்தியது.

இந்தியா போன்ற முன்னேறி வரும் நாடுகளுக்கு ஒரு குறிப் பிட்ட அளவு பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் தேவையே. இதனுல், முன்னேற்றத் திட்டங்களுக்குத் தேவையான பயன்படுத்தப் படாத வளங்களை ஒன்று சேர்க்க முடியும். அரசு பற்றுக்குறை

நிதியாக்கத்தைக் கவனத்துடன் கையாளாவிடில் பணவீக்கம் போன்ற சிக்கல்கள் தோன்றும். முன்னேற்றமடைந்து வரும் நாடுகளில் புதிய பணத்தின் தோற்றத்திற்கு ஏற்றுற் போல உற்பத்தியின் அளிப்பை உருவாக்க முடியாதாகையால் இச் சிக்கல் மேலும் அதிகரிக்கும். குறுகிய காலத்தில் முன்னேறும் நாடுகளில் பற்றுக்குறை நிதியாக்கம் பணவீக்கத்தை ஏற்படுத் தும். ஏனெனில், இந்நிலையில் அதிகமான நீண்ட காலத்திட்டங் களை நிறைவேற்ற வேண்டியுள்ளது; போக்கு வரத்துப் போன்ற உற்பத்தியற்ற செலவுகளைச் செய்ய வேண்டியுள்ளது. ஆனால், நன்கு கட்டுப்படுத்தப்பட்ட, ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட பற்றுக்குறை நிதியாக்க முறை இந்நிலையிலிருந்து மீண்டு வர உதவும்.

19. பொருளாதாரத் திட்டம்

(Economic Planning)

பொருளாதாரத் திட்டம் என்ற சொற்களில் உள்ள பொருளடக்கத்திஞலும், பல்வேறு பயன்படுத்தல்களாலும் ஒவ்வொரு எழுத்தாளர்கள் ஒவ்வொரு முறையில் விளக்கம் கொடுத்துள்ளமையினுல், சிறந்ததொரு இலக்கணத்தைக் கொடுக்க இயலவில்லை. மக்களின் நலத்தையும், வேலை வாய்ப்பினையும், நாட்டு வருவாயையும், உற்பத்தியையும் பெருக்கும் வகையில் நாட்டிலுள்ள வளங்களை முறையாகப் பயன்படுத்தலையே திட்டம் என்கிரோம். கிடைக்கும் வளங்களை மிகவும் நல்ல முறையில் பயன்படுத்துதலே நாட்டின் பெரிய சிக்கலாக உள்ளது. இதற்குத் தேவையானது பொருளாதாரத் திட்டமாகும். குறிப்பிட்ட கால வரையறைக்குள் நன்கு அமைக்கப் பட்டக் குறியீட்டை அடையும் வண்ணம் பொருளாதார நடவடிக்கையை ஓர் அரசு மேற்கொள்ளும், ஒழுங்குபடுத்தும் செயலே திட்டமாகும். பேராசிரியர் இராபின்ஸ் கூறியுள்ளது போல ஏதாவது ஒரு வழியில் உற்பத்தியை அரசு கட்டுப்படுத்துவதையே நாம் திட்டம் என்கிரோம். ['Planning in the modern jargon involves government control of production in some form or other'—Prof. Lionel Robbins] எனவே, முன்கூட்டியே கணக்கிடப்பட்ட குறியீடுகளை நோக்கித் தன்னிறைவோடு ஆய்ந்து அதன்பின் மையக்கட்டுப்பாடுடன் இயற்கையாகக் கிடைக்கும் வளங்களைப் பயன்படுத்துதலே பொருளாதாரத் திட்டம் என்கிரோம். ஒரு நாடு ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள், ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு பொருளாதார முன்னேற்றமடைய முயல்வதற்குப் பொருளாதாரத் திட்டம் என்று பெயர். பொருளாதாரத் திட்டத்தைக் கடைப்பிடிக்காத நாடே உலகில் இல்லையெனலாம். ஒவ்வொரு நாடும் ஏதாவது ஒரு முறையில் பொருளாதாரத் திட்டத்தை அனுசரிக்கின்றது. பொருளாதாரத் திட்டம் முன்னேற்றமடையாத நாடுகள் தங்களுடைய பொருளாதாரத்தை முன்னேற்றமடைய பயன்படுத்துகின்றன. அது போன்றே இத்திட்டம் முன்னேற்றமடைந்த நாடுகளையும் விட்டு வைக்கவில்லை. பொருளாதார முன்னேற்றமடைந்த நாடுகள் தாங்கள்

அடைந்த முன்னேற்றத்தை நிலை நிறுத்திக் கொள்ளப் பொருளாதாரத் திட்டங்கள் பயன்படுகின்றன.

பொருளாதாரத் திட்டம் எந்த அமைப்புள்ள பொருளாதாரத்திற்கும் தேவையானது. முதலாளித்துவப் பொருளாதாரமாயினும், சமவுடமைப் பொருளாதாரமாயினும் ஒருவகையில் பொருளாதாரத் திட்டம் அமைத்துத்தான் முன்னேற்றத்தைக் காண முடியும்.

1. முதலாளித்துவத்தில் திட்டம் (Planning under capitalism)

முதலாளித்துவத்தில் திட்டம் இருவகைப்படும். (1) திருத்தத் திட்டம் (Corrective planning) (2) வளர்ச்சித் திட்டம் (Development planning) பொருளாதாரத்தில் நிலவும் ஏற்றத் தாழ்வுகளையும், பாதக நிலைகளை நீக்கவும் திருத்தத் திட்டம் முயல்கிறது. பணவீக்கத்திற்கும் மந்த நிலைக்குமுள்ள குறைகளை நீக்குவதற்காக ஓர் இடைப்பட்ட நிலையை அடைய முயற்சி செய்கிறது. நாணயக் கட்டுப்பாடு, முதலீட்டுக் கட்டுப்பாடு, வரி விதிப்பு முறை, சமுதாயப் பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகள் போன்றவைகளால் திருத்தங்களைச் செய்து நாட்டில் ஏற்றத் தாழ்வுகளை நீக்கலாம். வளர்ச்சித் திட்டத்தில் திட்டத்தைத் தீட்டவும், திட்டத்தை நிறைவேற்றத் தேவையான முன்னேற்பாடுகளையும் அரசு செய்கிறது.

2. சமவுடமையில் திட்டம் (Planning under socialism)

வழிகாட்டுவதன் வாயிலாகவும், கட்டுப்பாட்டின் வாயிலாகவும், பொருளாதாரத் திட்டங்கள் சமவுடமையில் நிறைவேற்றப்படுகின்றன. இத்தகையத் திட்டம் சோவியத் யூனியனில் செயல்படுகிறது. ஆனால், இத்தகைய வழிகாட்டியும், கட்டுப்பாடும் ஒரு சரியான புள்ளி விவரங்களின் அடிப்படையிலேயே செய்ய முடியும். சோவியத் திட்டம் முழுமையான நோக்கங்களை ஏற்றுக் கொண்ட பின்னர், அந்த நோக்கங்களை நிறைவேற்ற கடுமையான வழிகளைக் கையாளுகிறது. இத்திட்டம் பொருளாதாரத் திட்டமன்று; 'சமூகப் பொருளாதாரத் திட்டம்' (socio-economic planning) எனலாம்.

திட்டமிட்டப் பொருளாதாரத்தின் சிறப்பியல்புகள் (Features of a planned economy)

முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தை அல்லது தடையற்ற தொழில் அமைப்புள்ள பொருளாதாரத்தையே திட்டமிடப் படாப் பொருளாதாரம் (unplanned economy) என்று கூறுகிறோம்.

பொருளாதாரத்தின் பல்வேறு கூறுகளான உற்பத்தி, பகிர்வு, மாற்றம் நுகர்வு ஆகிய அனைத்தும் தடையின்றிச் சந்தையில் தங்கள் பங்கேற்றவிடும் அமைப்பே திட்டமிடப்படாப் பொருளாதாரம் ஆகும். இலாபமும், ஊக்கமுமே தடையில்லாத் திட்டமிடப்படாதப் பொருளாதாரத்தின் சிறப்பியல்புகளாகும். இங்குச் 'சமுதாய நலன்' கருத்தில் கொள்ளப்படுவதில்லை. மேலும், இங்கு நாட்டு வருவாய் எவ்வாறு பங்கிடப்படவேண்டும் என்பதைத் தனியார் கணக்கிடுகின்றனர். எடுத்துக்காட்டாக நாட்டு வருவாயில் எவ்வளவு நுகர்வுக்கு ஈடுபடுத்த வேண்டும்; எவ்வளவு முதலீடு செய்யவேண்டும் என்பனவற்றை ஓர் அரசோ அல்லது மைய அலுவலகமோ முடிவு செய்வதில்லை.

திட்டமிட்டப் பொருளாதாரத்தின் (planned economy) சிறப்பியல்புகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம்.

1. ஒரு நிச்சயமான, முறையான குறியீடுகள் (targets) திட்டமிட்டப் பொருளாதாரத்தில் கணக்கிடப்படுகின்றன. தேவைகளுக்கு ஏற்றபடி, முன்மைப்படுத்தி முன்னேற்றத்திற்கான திட்டங்களுக்கு நிதியை ஒதுக்கீடு செய்வதன் பொருட்டுத் திட்டமிட்டப் பொருளாதாரத்தில் திட்டக்குழு சமுதாயத்தின் வளங்களைப் பற்றியும், தேவைகளைப் பற்றியும் அளவரிகள் (surveys) செய்கின்றது. திட்டமிடப்படாதப் பொருளாதாரத்தில் உள்ள தவறுகளைத் தவிர்ப்பதற்காக அறிவியலின் அடிப்படையில் பகுத்தறிவோடு ஒருங்கிணைக்கப்பட்ட ஒருமுறையில் திட்டமிடப்பட்ட பொருளாதாரம் குறியீடுகளை நிருணயிக்கின்றது. எனவே, சமுதாயத்தின் தேவைக்கேற்றபடி பொருள்கள் உற்பத்திச் செய்யப்படுகின்றன. திட்டமிடப்படாதப் பொருளாதாரத்தில் உள்ளது போல் தனியொருவரின் இலாப நோக்கின் அடிப்படையில் உற்பத்தி செய்யப்படுவதில்லை. அது போன்றே சமுதாயத்தின் உடனடித் தேவைகளுக்கேற்ப முதலீடுகள் செய்யப்படுகின்றன.

2. பொருளை உற்பத்தி செய்வதிலோ, முதலீடு செய்வதிலோ மட்டும் எதிர்பார்த்த முன்னேற்றம் கிடைத்து விடாது. எப்பொருளை உற்பத்தி செய்வது, எவ்வாறு பகிர்வது என்பதை மட்டும் திட்டம் கவனிக்கவில்லை. எந்தப் பொருளை எந்த அளவில் உற்பத்தி செய்வது என்றும், யாருக்கு எந்த வீதத்தில் ஒதுக்கீடு (allocated) செய்வது என்றும் திட்டம் வகுக்கப்படுகிறது. எனவே, திட்டமிட்டப் பொருளாதாரம் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் அனைத்தையும் அணைக்கின்றது.

3. திட்டமிடப்படாத பொருளாதாரத்தில் திட்டங்களைத் தீட்டுவது தனியார்களே. ஆனால், திட்டமிடப்பட்ட பொருளாதாரத்தில் திட்டங்களை ஒருங்கிணைப்பதும், நிறைவேற்றுவதும் ஒரு மையத் திட்ட அலுவலகமே.

4. திட்டமிட்ட பொருளாதாரத்தில் ஒரு பொருளாதாரத்தின் அனைத்துத் துறைகளும் திட்டத்தில் அடங்கும். ஒரு குறிப்பிட்ட துறையை மட்டும் திட்டத்தின் கட்டுக் கோப்புகள் கொண்டு வந்தால் பிற துறைகள் பாதிக்கப்படலாம். அனைத்துத் துறைகளும் திட்டத்தில் அடங்குவதால் எந்தவொரு குறிப்பிட்ட துறையும் பாதிக்கப்படாது.

5. திட்டமிடப்பட்ட பொருளாதாரம் சிறப்பதற்குக் காரணம் அத் திட்டத்தைத் தீட்டுவது புள்ளிவிவரங்களிலும், தொழில் நுட்பங்களிலும், அறிவியலிலும் சிறந்த வல்லுநர்களே. எனவே, குறியீடுகள், முன்னேற்றத் திட்டங்களை நிறைவேற்றும் வழிகள் போன்றவைகள் அனைத்தும் மிகச் சிறந்தவைகளாகவிருக்கும்.

6. நாட்டில் கிடைக்கும் வளங்கள் அனைத்தும் முழுமையாகப் பயன்படுத்தப்படும். எனவே, வேலையில்லாத் திண்டாட்டம் போன்ற சிக்கல்கள் குறைய வாய்ப்பிருக்கின்றன. மேலும், நாட்டின் உடனடித் தேவைகளுக்காகவும், குறியீடுகளுக்காகவும், உடனடி நோக்கங்களுக்காகவும் திட்டமிடப்பட்ட பொருளாதாரத்திலுள்ள வளங்களைப் பயன்படுத்தலாம்.

பொருளாதாரத் திட்டத்தின் தேவை

எல்லா நாடுகளுக்கும் பொருளாதாரத் திட்டம் இன்றியமையாததாகும். வளர்ச்சி பெற்ற நாடுகள் தாம் பெற்ற வளர்ச்சியை நிலைநிறுத்திக் கொள்ளப் பொருளாதாரத் திட்டங்கள் தேவை. பின்தங்கிய, மற்றும் முன்னேற்றமடைந்து வரும் நாடுகளும் பொருளாதார வளர்ச்சியை விரைவாகக் காணத் திட்டங்கள் தேவையாகும்.

மக்களுக்கும் அரசுக்கும் திட்டத்தில் நம்பிக்கை மிகவும் அதிக அளவில் ஏற்பட்டுள்ளது. 19 ஆம் நூற்றாண்டில் தடையிடாப் பொருளாதாரம் (laissez-faire economy) தோல்வியையே கண்டது. மேலும், திட்டத்தை ஏற்றுக்கொண்ட நாடுகள் அனைத்தும் மிக விரைவில் தங்கள் பொருளாதாரம் முன்னேறியதாகக் கண்டன. பேராசிரியர் ஹாரிஸ் (Prof. Harris)

கூறுவது போன்று, எந்த நாடும் உருசியாவைப் போன்று வேளாண்மையில் பின் நிலையிலிருந்து தொழிலில் இன்றைய சிறப்புள்ள நிலைமைக்கு அவ்வளவு விரைவில் வரவில்லை எனலாம். எனவே, திட்டத்தின் விளைவாக அடைந்த விரைவான முன்னேற்றத்திற்கு உருசியாவை எடுத்துக்காட்டாகக் கொள்ளலாம்.

திட்டமிடப்படாத பொருளாதாரம் சமுதாயத் தேவைகளுக்காகவும், சமுதாயப் பொருளாதார நலனுக்கு ஏற்றவாறும் செயல்படவில்லை. திட்டமிடப்படாத பொருளாதாரம் இலாப நோக்கத்தையும், தன்னலத்தையும் அடிப்படையாகக் கொண்டதால் அடிக்கடி மந்த நிலையும், வேலையில்லாத் திண்டாட்டமும் ஏற்படும். ஆனால், இக் குறைகளை நீக்குவதற்குத் திட்டம் அவசியம் தேவை. மேலும், இலாப நோக்கும், தன்னலமும் கொண்டு பொருள்களை உற்பத்தி செய்வதால் அப் பொருள்கள் சமுதாயத் தேவைகளை நன்முறையில் நிறைவேற்றும் என்று கூற முடியாது. சில நேரங்களில் இலாப நோக்குடன் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்கள் சமுதாயத்திற்குத் தீங்கும் விளைவிக்கும். இக் குறைகளையும் திட்டம் நீக்குகிறது. இங்குச் சமுதாய நலனையே நோக்கமாகக் கொண்டு பொருளாதார நடவடிக்கைகள் செயல்படுகின்றன.

மேலும், திட்டமிடப்பட்ட பொருளாதாரத்தில் நாட்டு வளங்களனைத்தும் முழுமையாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

பொருளாதாரத் திட்டங்களின் தேவை பின்தங்கிய நாடுகளிலும், முன்னேற்றமடைந்து வரும் நாடுகளிலும் மிக அதிகமாகும். வாணிபச் சுழல் நிகழ்வதைத் தடுப்பதற்கு மட்டும் திட்டமிடப்படுவதில்லை. பின்தங்கிய நாடுகளில் விரைவாகவும், சமமான பொருளாதார வளர்ச்சிக்காகவும் பொருளாதாரத் திட்டங்கள் தீட்டப்படுகின்றன. நியாயமான முறையில் பொருளாதார வளர்ச்சியின் விளைவுகளையும், பயன்களையும் பகிர்ந்தளிக்கவும் திட்டங்கள் தீட்டப்படுகின்றன.

பின்தங்கிய நாடுகள் பல இடையூறுகளையும் இன்னல்களையும் சமாளிக்க வேண்டியுள்ளது. வேலையில்லாத் திண்டாட்டம், உற்பத்தித் திறமையின்மை, உணவுத் தட்டுப்பாடு, தொழில் நுட்பமின்மை, மக்கள்தொகை நெருக்கம், முன்னேற்றமடையாத வேளாண்மை முறை போன்றவைகள் பின்தங்கிய நாடுகளின் குறைபாடுகளாகும். இக் குறைகளைத் தவிர்க்கக் கல்வி, சுகாதாரம், சாலை மற்றும் இரயில் போக்குவரத்துப் போன்ற

சமூகப் பொருளாதாரச் செலவுகளை மிகவும் அதிகமான அளவில் செய்யவேண்டியுள்ளது. இத் திட்டத்தை நிறைவேற்ற நிறைந்த நிதி வசதியும், அவற்றைச் சிறந்த முறையில் திரட்டவும், வளர்ச்சியைப் பெருக்கப் பல வழிகளில் நிதி ஒதுக்கீடு செய்யவும் கவனம் செலுத்த வேண்டும். ஆனால், இவையெல்லாம் நிறைவேற்றத் தேவையான தொழில்முனைப்புத் திறன் (entrepreneurial ability) பின்தங்கிய நாடுகளில் காணப்படுவதில்லை. எனவே, அரசு இக் குறைகளைப் போக்கும்வண்ணம் திட்டங்களைத் தீட்ட முன்வர வேண்டியுள்ளது.

மேலும், பின்தங்கிய நாடுகளில் சேமிப்புகளைத் திரட்டி முதலீடு செய்வதற்கான வழிமுறைகளைச் செய்யவேண்டிய உடனடியான பணி தேவைப்படுகிறது. ஒரு நாட்டுப் பொருளாதாரம் வளர்ச்சியுற முதல் திரட்சி தேவை. இந் நாடுகளில் வருவாய் குறைந்துள்ள காரணத்தாலும் நிதி நிறுவனங்களான வங்கி முதலியவைகள் வளர்ச்சி பெறுமல் இருப்பதாலும் சேமிப்பு வீதம் மிகவும் குறைவாக உள்ளது. தொழில் நடத்துவதற்குத் தேவையான வசதிகளான போக்குவரத்து, செய்தித் தொடர்பு, மின்திறன், கல்வி போன்றவைகள் பின்தங்கிய நாடுகளில் குறைந்தே காணப்படுகின்றன. எனவே, தொழில் நடத்துவதற்குத் தொழில் முனைவோர் அஞ்சுவதோடல்லாமல் நிதி திரட்டுவதிலும், சேமிப்புகளை முதலீடு செய்வதிலும் நாட்டம் செலுத்த மறுக்கின்றனர். எனவே, நிதி நிறுவனங்கள் அமைத்தல், சமூகப் பொருளாதாரச் செலவுகளைச் செய்தல் போன்ற திட்டங்களுக்கும், நாட்டு வளர்ச்சிக்கும் தேவையான நடவடிக்கைகள் எடுப்பதற்குப் பொருளாதாரத் திட்டங்கள் தேவைப்படும். முன்மைத் திட்டங்களை நிறைவேற்றும் பொருட்டுக் கிடைக்கும் குறைந்த அளவு வளங்களைக் கொண்டு சிக்கனமான முறையில் திட்டங்களை நிறைவேற்ற வேண்டியது பின்தங்கிய நாடுகளுக்கு இன்றியமையாத தேவையாகிவிட்டது. எனவே, பின்தங்கிய நாடுகள் நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சியை விரைவில் உயர்த்தப் பொருளாதாரத் திட்டங்கள் அவசியம் வேண்டும்.

இத்தகைய பொருளாதாரத் திட்டங்களைப் பின்தங்கிய நாடுகளில் நிறைவேற்றுவதில் பல இடையூறுகளும் இன்னல்களும் தோன்றுகின்றன. முக்கியமான இத்தகைய திட்டங்களை நிறைவேற்றுவதற்கு தகுதி வாய்ந்த, திறமை மிக்க நிருவாகம் தேவை. ஆனால், பின்தங்கிய நாடுகளில் நிருவாகம் திறமையற்றும், தகுதியற்றும், நிரந்தரமின்றியும்

உள்ளன. மேலும், பின்தங்கிய நாடுகள் பொதுவாக மக்களாட்சியின் அடிப்படையில் இயங்குகின்றன. ஆனால், மக்களாட்சியின் அடிப்படையில் இயங்கும் நாடுகளில் திட்டங்களை நிறைவேற்றுவதில் மேலும் பல இன்னல்கள் தோன்றுகின்றன.

பொதுவாகப் பின்தங்கிய நாடுகள் வேளாண்மையை நம்பியேயுள்ளன. ஆனால், வேளாண்மை இயற்கையை நம்பியே உள்ளது. எனவே, பொருளாதாரத் திட்டங்கள் வெற்றிபெற இயற்கை சாதகமாக இருக்கவேண்டும். வேளாண்மை இயற்கையின் சூதாட்டம் என்பதால் திட்டமிட்ட முன்னேற்றத்தை அடைய முடியாது.

தூண்டுதல் திட்டமும், சர்வாதிகாரத் திட்டமும்
(Planning by Inducement and Planning by Direction)

பொருளாதாரத் திட்டங்களை இரு முறைகளில் நிறைவேற்றலாம். இதையே பேராசிரியர் ஆர்தர் லூயிஸ் (Prof. Arthur Lewis) தம்முடைய 'பொருளாதாரத் திட்டத்தின் கோட்பாடுகள்' (Principles of Economic Planning) என்ற நூலில் குறிப்பிட்டுள்ளார். அவை (1) தூண்டுதல் திட்டம், (2) சர்வாதிகாரத் திட்டம். தேவைப்பட்ட உற்பத்தியைப் பெறப் பொருளாதார வளங்களைச் சேகரிப்பது இவ்விரண்டு வழிகளிலும் இருக்கலாம். பொதுவுடைமை நாடுகளான உருசியா, சீனு போன்ற நாடுகளில் சர்வாதிகாரத் திட்டம் காணப்படுகின்றது. இத் திட்டங்கள் கடுமையானதும், சிறிது துன்பம் விளைவிக்கக் கூடிய முறையாகவும் இருக்கலாம். சர்வாதிகாரத் திட்டத்தில் திட்ட அலுவலகம் பொருளாதாரத்தின் முழுப் பொறுப்பையும் ஏற்கிறது. எதிர்நோக்கும் நோக்கங்களை அடையக் கட்டுப்பாடும் விதிக்கப்படுகிறது.

ஆனால், மக்களாட்சி முறையில் அமைந்துள்ள நாடுகள் தூண்டுதல் திட்டத்தைக் கடைப்பிடிக்கின்றன. நம் நாட்டில் இவ்வகைத் திட்டமே பயன்படுத்தப்படுகின்றது. தனியார் உற்பத்தியாளர்களையும், நுகர்வோர்களையும் தூண்டுதலின் வாயிலாகத் திட்ட நோக்கங்களை அடையத் திட்ட அலுவலகம் முயற்சி செய்வதே தூண்டுதல் திட்டமாகும். இத் திட்டத்தில் கண்டிப்பும் கட்டுப்பாடும் இல்லை. இத் திட்டத்தின் வாயிலாகக் கிடைக்கும் விளைவு சர்வாதிகாரத் திட்டத்தில் கிடைக்கும் விளைவு போன்று விரைவாக இருக்காது. இத் திட்டத்தில் உதவித் தொகை போன்ற சலுகைகள் அரசு கொடுப்பதன் மூலமாகத் திட்டம் நிறைவேற்றப்படுகிறது. ஆனால், அரசு

எதிர்பார்க்கும் அளவிற்கு நுகர்வோரும், உற்பத்தியாளரும் ஊக்கச் சலுகையைப் பெற்றுக்கொள்வதன் வாயிலாகத் தங்களை மாற்றிக்கொள்ள மாட்டார்கள்; அல்லது அச் சலுகைக்கு ஏற்றவாறு தங்கள் திறனைப் பெருக்கிக்கொள்ளமாட்டார்கள். எனவே, சர்வாதிகாரத் திட்டத்தில் கிடைக்கும் பயன்கள் அல்லது முன்னேற்றம், தூண்டுதல் பொருளாதாரத்தில் கிடைக்கும் முன்னேற்றத்தைவிட அதிக விரைவில் இருக்கும்.

சர்வாதிகாரப் பொருளாதாரத்தில் வளங்கள் நேரிடையாக ஒதுக்கீடு செய்யப்படுகின்றன. எதிர்நோக்கும் பயன்கள் சிறந்த முறையில் வெகு விரைவில் கிடைக்கின்றன. எழக் கூடிய சிக்கல்களை உடனடியாக அதிகாரிகள் தீர்த்து வைக்கலாம். சிக்கல்களையும், குறைகளையும், தவறுகளையும் உடனடியாகக் கண்டு கொள்ளலாம். அது போன்றே இத் தவறுகளைச் செய்தவர்கள் யார் என்றும் அறிய வாய்ப்பு இருக்கிறது. இம் முறையில் சில குறைகளும் உள்ளன. தற்காலத்தில் பொருளாதார அமைப்பு மிகவும் சிக்கல் நிறைந்ததாக உள்ளது. எனவே, அனைத்துத் துறைகளையும் ஒருங்கிணைத்துத் திட்டமிடுதல் கடினமான செயலாகும். அனைத்துப் பொருள்களையும் திட்டமிடுதல் மிகப் பெரிய செயலாகும். மேலும், இத் திட்டத்தை முழுவதும் செய்து முடிப்பது அரிதாகும்; செலவும் மிகவும் அதிகமாகவிருக்கும்.

எனவே, இருமுறைகளிலுமே குறைகளும் நிறைகளும் இருந்தாலும், இரண்டு முறைகளையும் இணைத்து ஒரு புதிய முறையைக் கையாளுவதே சிறந்ததாகும். இந்தியாவில் இவ்வாறு இருமுறைகளையும் கையாளுகிறோம். நம் நாட்டில் பொதுத்துறையில் (Public Sector) சர்வாதிகாரத் திட்டமும், தனியார் துறையில் (Private Sector) தூண்டுதல் திட்டமும் நிலவி வருகின்றன.

திட்டத்தின் நோக்கங்கள் (Objectives)

திட்டத்தின் நோக்கங்கள் பலவகைப்படும். நோக்கங்களை இருபெரும் பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை: (1) பொருளாதார நோக்கங்கள், (2) பொருளாதாரமற்ற நோக்கங்கள். நாட்டின் பாதுகாப்பினை அதிகரிப்பது அரசியல் நோக்கங்கள் (Political Objectives) எனப்படும். நாட்டில் சமுதாய ஏற்றத் தாழ்வுகளைக் குறைப்பதும், சமூகப் பாதுகாப்பு அளிப்பதும் சமுதாய நோக்கங்கள் (Social Objectives) எனப்படும்.

பொருளாதார நோக்கங்களைக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறலாம்: பின்தங்கிய நாடுகளை முன்னேற்றமடையச் செய்வது, முதலாளித்துவத்தில் உள்ள தீங்குகளையும் குறைகளையும் போக்குவது, சண்டைகளால் ஏற்படும் நட்டங்களைப் போக்கி நாட்டின் பொருளாதாரத்தைச் சீர்ப்படுத்துவது, முழு வேலைவாய்ப்பினை அடைவது போன்றவைகள் திட்டத்தின் பொதுவான நோக்கங்களாகும். மேலும் வருவாய், செல்வம் போன்றவைகளில் உள்ள ஏற்றத் தாழ்வுகளைப் போக்குவது அதன் முதன்மையான நோக்கமாகும்.

இருபது ஆண்டுகளாக இந்தியா திட்டமிட்ட பொருளாதாரத்தில் செயல்பட்டு வருகிறது. நம் நாடு நான்கு ஐந்தாண்டுத் திட்டங்களையும், மூன்று ஓராண்டுத் திட்டங்களையும் முடித்துள்ளது. நம் நாட்டுத் திட்டங்களில் திட்டத்தின் நோக்கங்கள் அனைத்தும் செயல்படுத்தப்படுகின்றன. குறிப்பாகச் சமவுடைமைச் சமுதாயத்தின் வாயிலாக நாட்டின் நிலையை உயர்த்தவும், வேலைவாய்ப்பினைப் பெருக்கவும், நாட்டு வருவாயை உயர்த்தவும் நம் நாட்டுத் திட்டங்கள் பாடுபட்டு வருகின்றன.

மேற்கோள் நூற்பட்டியல்
(Bibliography)

THE SCOPE AND METHOD OF POLITICAL ECONOMY—*J. M. Keynes.*

PRINCIPLES OF ECONOMICS—*Alfred Marshall.*

AN ESSAY ON THE NATURE AND SIGNIFICANCE OF ECONOMIC SCIENCE—*Lionel Robbins.*

A TEXT BOOK OF ECONOMIC THEORY—*Stonier and Hague.*

ECONOMIC ANALYSIS—*K. E. Boulding.*

ELEMENTS OF MODERN ECONOMICS—*A. L. Meyers.*

A TEXT BOOK OF ECONOMICS—*J. L. Hansen.*

THE ECONOMICS OF IMPERFECT COMPETITION—*Joan Robinson.*

THE THEORY OF PRICE—*G. J. Stigler.*

பொருளாதாரம் I
பொருளாதாரம் II } சி. வேலாயுதம்.

பொருளாதாரம் ஓர் அறிமுகம்—கேர்ன் கிராஸ்.

வாணிக இயலின் தத்துவங்கள் — கு. ஆளுடையபிள்ளை.

புதுமைப் பொருளாதாரக் கூறுகள்
—திருமதி ஆர். தாமரைஜாட்சி.

கலைச்சொற்கள்

A

Ability to save	—	சேமிப்புத் திறன்
Abstinence Theory	—	துய்ப்புத் தவிர்ப்புக் கோட்பாடு
Accumulation of capital	—	முதல் திரட்சி
Actual population	—	உண்மையான மக்கள் தொகை
Agio Theory of Interest	—	காலக்கழிவு வட்டிக் கோட்பாடு
Alternate demand	—	மாற்றுத் தேவை
Alternate supply	—	மாற்று அளிப்பு
Alternative uses	—	மாற்றுப் பயன்கள்
Analysis	—	ஆய்வு
Arithmetical progression	—	கூட்டெண் வீதம்
Assess	—	மதிப்பீடு
Average cost	—	சராசரி உற்பத்திச் செலவு
Average revenue	—	சராசரி வருவாய்

B

Banks	—	வங்கிகள், பணக்கூடங்கள்
Bank rate	—	பாங்கு வட்டி
Birth rate	—	பிறப்பு வீதம்
Business cycle	—	தொழில் சகடம்
By-products	—	பக்க விளைவுகள்

C

Canon	—	விதி
Canon of Certainty	—	நிச்சயவிதி
Canon of Convenience	—	வசதி விதி
Canon of Economy	—	சிக்கன விதி
Canon of Elasticity	—	நெகிழ்ச்சி விதி
Canon of Equity	—	நியாய விதி
Canon of Productivity	—	உற்பத்தி விதி

Capital expenditure — மூலதனச் செலவு
Capital formation — முதல் திரட்சி
Capital goods — மூலதனப் பொருள்கள்
Capitalism — முதலாளித்துவம்
Capital market — மூலதனச் சந்தை, முதல் அங்காடி
Capital, output ratio — முதல், உற்பத்தி வீதம்
Classical economists — தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள்
Closed oligopoly — மூடியசில்லோர் முற்றுரிமை
Combination — தொழிற்சேர்க்கை
Commerce — வாணிகம், வாணிகவியல்
Commodity — பொருள், பண்டம்
Communism — பொதுவுடைமை
Competition, perfect — நிறைவுப் போட்டி, முழுமைப் போட்டி
Competition, pure — தூயபோட்டி
Complex division of labour — கலப்பு முறை வேலைப் பகுப்பு
Constant return, law of — மாறா விளைவு விதி
Consumer — நுகர்வோர்
Consumers' sovereignty — நுகர்வோர் இறைமை
Consumers' surplus — நுகர்வோர் எச்சம்
Consumption — நுகர்வு
Consumption capital — நுகர்வு முதல்
Cost, average — சராசரிச் செலவு
Cost, fixed — மாறாச்செலவு, நிலைச் செலவு
Cost, marginal — இறுதிநிலைச் செலவு
Cost, money — பணச் செலவு
Cost of living — வாழ்க்கைச் செலவு
Cost of production — உற்பத்திச் செலவு
Cost price — அடக்கவிலை
Cost, prime — முதன்மைச் செலவு
Cost, real — உண்மைச் செலவு
Cost, total — மொத்தச் செலவு
Cost, variable — மாறுஞ் செலவு
Cultivation, extensive — பரந்த வேளாண்மை
Cultivation, intensive — செறிந்த வேளாண்மை
Curve — வளைகோடு, கோடு
Curve, marginal — இறுதிநிலை வளைகோடு
Customs duty — சுங்கவரி

D

Death rate — மரணவீதம், இறப்பு வீதம்
Debt, National — நாட்டுக் கடன்
Decreasing cost — குறைந்துசெல் செலவு
Deficit — பற்றுக்குறை
Definition — இலக்கணம்
Deflation — பணவாட்டம்
Degree of maladjustment — பொருத்தமின்மையின் அளவு
Demand — தேவை
Demand curve — தேவைக்கோடு
Demand, elasticity — தேவை நெகிழ்ச்சி
Demand, joint — கூட்டுத் தேவை
Demand, law of — தேவை விதி
Demand Theory — தேவைக் கோட்பாடு
Depreciation — தேய்மானம்
Depression — மந்தம்
Diagram — படம், வரைபடம்
Diminishing returns, law of — குறைந்துசெல் விளைவு விதி
Diminishing utility, law of — குறைந்துசெல் பயன்பாட்டு விதி
Direct tax — நேர்முக வரி
Discounted Marginal Productivity Theory — கழிவு நீக்கிய உற்பத்தித் திறன் கோட்பாடு
Discriminating monopoly — பேதங்காட்டும் முற்றுரிமை
Dis-equilibrium — சமனறு நிலை
Dis-hoarding — சேமிப்புக் கலைப்பு
Distribution of income — வருமானப் பங்கீடு
Disutility — பயன்கேடு
Division of labour — உழைப்புப் பகுப்பு, பாகுபாடு
Doses — இடுமானங்கள்
Duopoly — இருவர் விற்பனை
Dynamic — இயக்கநிலை

E

Earnings, transfer — மறுவாய்ப்பீட்டம்
Economics — பொருளியல், பொருளாதார இயல்
Economic Principles — பொருளியல் தத்துவங்கள்
Economic Laws — பொருளியல் விதிகள்

Economic Theory — பொருளியல் கோட்பாடு
Economy, mixed — கலப்புப் பொருளாதாரம்
Economies — சிக்கனங்கள்
Economists — பொருளியல் வல்லுநர்கள்
Economic products — பொருளாதாரப் பொருள்கள்
Elasticity of substitution — பதிலீட்டு நெகிழ்ச்சி
Entrepreneur — தொழில் முயல்வோன்
Equilibrium — சமநிலை
Equipments — சாதனங்கள்
External economies — புறச் சிக்கனங்கள்
Extractive industries — எடுப்புத் தொழில்கள்

F

Factors of production — உற்பத்திக் காரணிகள்
Finance — நிதியம்
Final products — இறுதிப் பொருள்கள், வினை முற்றிய பண்டங்கள்
Firm — நிறுவனம்
Firm, optimum — உத்தம அளவு நிறுவனம்
Fixed asset — அசையாச் சொத்து
Fixed capital — நிலையான முதல்
Floating capital — உருமாறும் முதல்
Form utility — உருவப் பயன்பாடு
Forced saving — கட்டாயச் சேமிப்பு
Foreseeable risks — முன்னுணரக் கூடிய இடர்கள்
Freedom of choice — தேர்வுச் சுதந்திரம்
Free goods — இலவசப் பொருள்கள்
Fraternal function — சகோதரத் தன்மையுள்ள பணி
Functional Division of labour — சார்புடைத் தொழில் பகுப்பு

G

Geographical mobility — இடப்பெயர்ச்சி
Geometric progression — மடிப்பெண் விருத்தி
Government securities — அரசுப் பத்திரங்கள்
Grade — தரம்
Gross interest — மொத்த வட்டி
Gross national product — நாட்டின் மொத்த ஆக்கம்
Gross national income — நாட்டின் மொத்த வருமானம்
Guaranteed time rate — உத்தரவாத நேரக் கூலி வீதம்

H

Homogeneity — ஓரினத்தன்மை
Homogeneous — ஓரியலான
Horizontal axis — படுகிடை அச்சு
Horizontal mobility — படுகிடைப் பெயர்ச்சி

I

Identical — ஒரே மாதிரியான, முழுதும் ஒத்த
Immobility of labour — உழைப்பாளியின் இடம் பெயராத் தன்மை
Imperfect oligopoly — நிறைகுறைச் சில்லோர் முற்றுரிமை
Import duties — இறக்குமதி வரிகள்
Imperfect competition — நிறைகுறைப் போட்டி
Income tax — வருவாய் வரி
Income, money — பண வருவாய்
Income, real — உண்மை வருவாய்
Income effect — வருவாய் விளைவு
Income-consumption curve — வருவாய்-நுகர்வு விளைவு
Income, National — நாட்டுவருவாய்
Increasing returns — வளர்ந்துசெல் விளைவு
Indifference curve — சமநோக்குக் கோடு
Indirect tax — மறைமுக வரி
Industry — தொழில்
Industrial location — தொழில் இடப்பாடு
Individual capital — தனியார் முதல்
Initiative — தன் முயற்சி
Internal economies — அகச்சிக்கனங்கள்
Intersection — வெட்டுதல்
Investment goods — முதலீட்டுப் பொருள்கள்
Investment Trust — முதலீட்டுக் கழகம்
Iron Law of Wages — கூலி நிருணய இரும்பு விதி

J

Joint products — கூட்டுப் பொருள்கள்
Joint demand — கூட்டுத் தேவை
Joint supply — கூட்டு அளிப்பு
Joint cost — கூட்டு அடக்கச் செலவு

Labourer	—	தொழிலாளி
Laissez faire	—	தலையிடாமை
Landlord	—	நில உரிமையாளர், நிலக் கிழார்
Land revenue	—	நிலவருவாய்
Law of Diminishing Marginal Utility	—	குறைந்துசெல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி
Liquidity preference	—	ரொக்க விருப்பம், நீர்மை விருப்பத் தேவை
Liquid asset	—	ரொக்கச் சொத்துகள், நீர் மைச் சொத்துகள்
Living wage	—	வாழ்க்கைக் கூலி
Long period	—	நெடுங்காலம்
Luxuries	—	பகட்டுப் பொருள்கள்

M

Macro economics	—	பேரியல் பொருளியல்
Marginal return	—	இறுதிநிலை விளைவு
Marginal utility	—	இறுதிநிலைப் பயன்பாடு
Marginal expenditure	—	இறுதிநிலைச் செலவு
Marginal income	—	இறுதிநிலை வருவாய்
Marginal efficiency of capital	—	இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன்
Marginal propensity to consume	—	இறுதிநிலைத் துய்ப்பு நாட்டம்
Marginal propensity to save	—	இறுதிநிலைச் சேமிப்பு நாட்டம்
Marginal physical product	—	இறுதிநிலைத் தூல உற்பத்திப் பொருள்
Marginal revenue	—	இறுதிநிலை வருவாய்
Material goods	—	சடப்பொருள்கள்
Maximum	—	உச்ச, அதிக உயர்ந்த
Maximum return	—	உச்ச விளைவு
Maximum satisfaction	—	உச்ச மனநிறைவு
Means of production	—	உற்பத்திச் சாதனங்கள்
Micro economics	—	நுண்ணியல் பொருளியல்
Minimum piece rate	—	குறைந்த துண்டுக் கூலி வீதம்
Minimum time rate	—	குறைந்த நேரக் கூலி வீதம்
Minimum Wage Act	—	குறைந்த அளவுக் கூலிச் சட்டம்
Monopoly	—	விற்பனை முற்றுரிமை

Monopolistic co
Money market
Multiplier

N

National capital — நாட்டு முதல்
National debt — நாட்டுக் கடன்
National dividend — நாட்டுப் பகிர்வுத் தொகை
National output — நாட்டு மொத்த உற்பத்தி
National wealth — நாட்டுச் செல்வம்
National resources — இயற்கை வளங்கள்
Nominal income — பெயரளவு வருவாய்
No-rent land — வாரமில்லா நிலம்
Normal price — இயல்பு விலை
Non-collusive oligopoly — இணைப்பற்ற சில்லோர் முற்றுரிமை
Normal profit — இயல்பு இலாபம்

O

Occupational mobility — வேலைகளுக்குள் பெயர்ச்சி
Oligopoly — சில்லோர் முற்றுரிமை
Open-oligopoly — திறப்பான சில்லோர் முற்றுரிமை
Optimum Firm — உத்தம நிறுவனம்
Optimum population — உத்தம மக்கள்தொகை
Optimum size — உத்தம அளவு
Organisation — அமைப்பு
Organiser — அமைப்பாளர்
Organised oligopoly — அமைப்புள்ள சில்லோர் முற்றுரிமை
Output — உற்பத்தி
Over-population — எச்ச மக்கள், மிகுதியான மக்கள்

P

Passive factor — செயலற்ற காரணி
Percapita income — தலா வருவாய்
Personal distribution — ஆள்வழிப் பகிர்வு
Physiocrats — இயற்கைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள்
Positive checks — இயல்பு தடைகள்